GQ
BRASIL
GENTLEMEN'S QUARTERLY
POR ELAS
TAÍS ARAÚJO
UM GUIA BÁSICO PARA VOCÊ DEIXAR DE SER MACHISTA
SENHORA LOLLAPALOOZA
A BRASILEIRA QUE MANDA NO MAIOR FESTIVAL DO MUNDO
"NÃO GOSTO DO PAPEL DE COITADINHA"
OS PLANOS DE LUIZA TRAJANO PARA QUE MAIS MULHERES CHEGUEM AO PODER
WALTER SALLES, DRAUZIO VARELLA E...
QUEM SÃO OS HOMENS ALIADOS DO FEMINISMO (SEGUNDO ELAS MESMAS)
PODRES PODERES
O QUE MUDOU NAS EMPRESAS DO BRASIL COM A EXPLOSÃO MUNDIAL DAS DENÚNCIAS DE ASSÉDIO
+ O PONTO DE VISTA DE DUAS CEOS
#ARESPONSABILIDADEÉDETODOS

JAVIER BARDEM and DEV PATEL, MALIBU HILLS, 8pm
WATCH THE SERIES ON ZEGNA.COM

Ermenegildo Zegna
DEFINING MOMENTS

BURGERS · HOT WINGS · ICE CREAM
ICE CREAM · SEA FOOD · SALADS
HALAL CHICKEN
Now Serv
PIZZ

moletom PET

algodão reciclado + PET

algodão reciclado

ASAP

As Sustainable as Possible

Economia Circular *Na última década, a OSKLEN aumentou em mais de 1000% o uso da malha PET em suas coleções. Assim, em 2017, promoveu a reciclagem de mais de 270 mil garrafas plásticas, garantiu uma economia de 199 milhões de litros de água, gerou renda para cooperativas e associações de catadores, reduziu 70% de energia elétrica e 38% de água no processo. Mais resíduos estão sendo transformados em moda, promovendo a economia circular, de reúso e reaproveitamento de matérias-primas, impedindo que esse material vá parar no meio ambiente. | Fonte Coppead-UFRJ*

Índice GQ

ANO 7 I Nº 83 I
MARÇO 2018

74
Feminismo
Igualdade de gênero na voz de Taís Araújo, Camila Pitanga, Leandra Leal e Bruna Linzmeyer

ESSENCIAL

MOTOR

MANUAL

NESTE MÊS

MODA

CORPO

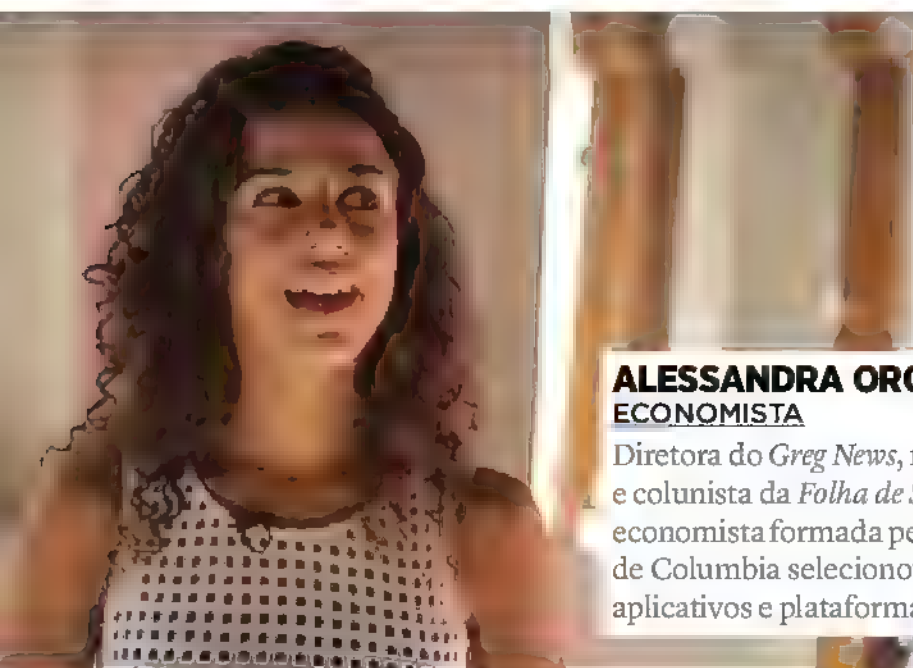
Capa **TAÍS ARAÚJO, LEANDRA LEAL, CAMILA PITANGA E BRUNA LINZMEYER**
Fotos **CASSIA TABATINI**
Taís veste: Costume **Dolce&Gabbana** | Top **Wolford** | Anel **Vivara** | Brincos **Jack Vartanian**
Leandra veste: Blazer **Burberry** | Camisa **Saint Laurent** | Brincos **Jack Vartanian** | Sutiã **Hope**
Camila veste: Colete, calça e cinto **Louis Vuitton** | Brincos **Ana Khouri** | Anéis **Jack Vartanian**
Bruna veste: Blusa **Cris Barros** | Calça **Gucci** | Brincos **Guerreiro** | Anéis **Acervo pessoal**

FOTOS CASSIA TABATINI

Colaboradoras

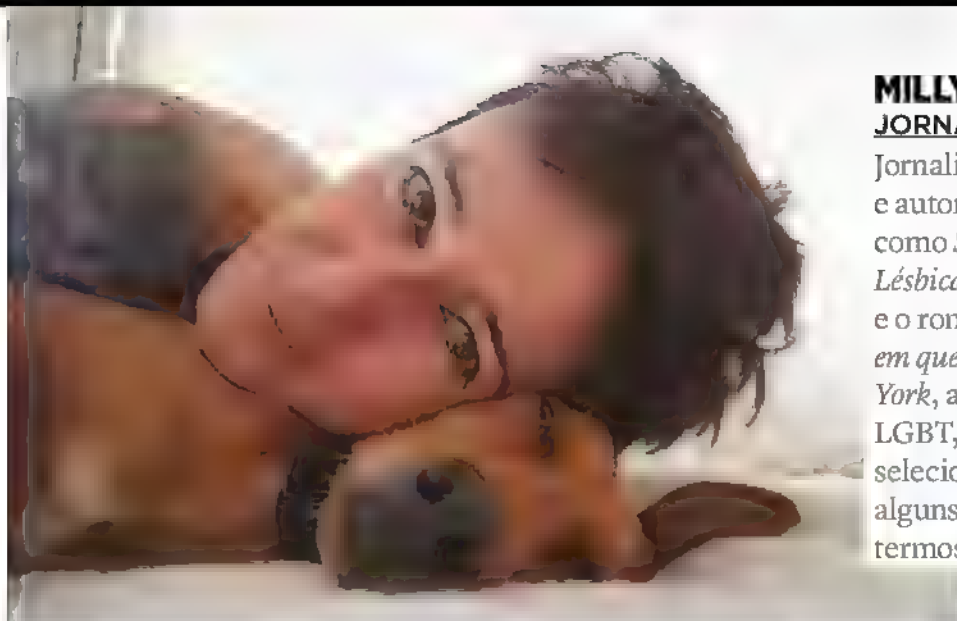
MANUELA EICHNER
ARTISTA VISUAL
Formada em escultura visual pela UFRGS e autora de vídeos, estampas, peças de design gráfico e instalações, ela criou as colagens da reportagem sobre assédio.

CASSIA TABATINI
FOTÓGRAFA
Craque em registrar imagens voltadas à indústria da moda, a fotógrafa foi a escalada para os ensaios com Bruna Linzmeyer, Camila Pitanga, Leandra Leal e Taís Araújo, as estrelas de capa – e porta-vozes de nosso convite ao diálogo pela igualdade de gênero.

GI MACEDO
STYLIST
Como dar cara nova à combinação jeans + camisa xadrez, a mais batida do guarda-roupa masculino, segundo as leitoras da **GQ**? Coube a Gi Macedo dar um up no duo, que ganhou sobrevida com as ideias da stylist.

ALESSANDRA OROFINO
ECONOMISTA
Diretora do *Greg News*, na HBO, e colunista da *Folha de S. Paulo*, a economista formada pela Universidade de Columbia selecionou uma série de aplicativos e plataformas feministas.

GIULIANA ROMANNO
ESTILISTA
A estrelada estilista, que também tem aprimorado seu talento em outra de suas atividades, a de DJ, assina a direção criativa do editorial de moda da edição, no qual traduz a nova maneira de usar a alfaiataria masculina.

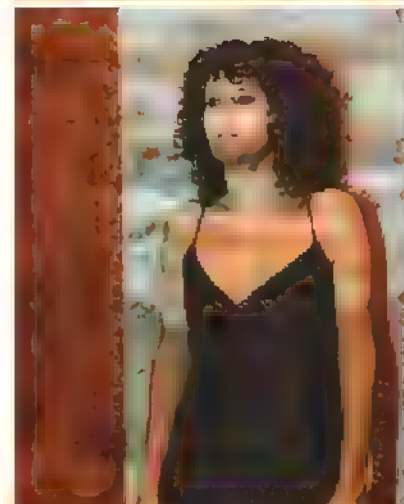
DEBORAH MAXX
FOTÓGRAFA
"Fiquei muito feliz por estar nessa edição #poweredbywomen", diz a fotógrafa, especialista em still de luxo e autora de imagens de três pautas da edição. "Ser feminista é acreditar na igualdade de homens e mulheres. Eu acredito."

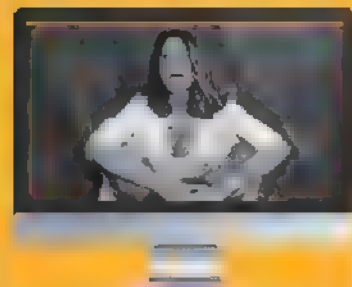
FOTOS ARQUIVO PESSOAL, REPRODUÇÃO

MILLY LACOMBE
JORNALISTA
Jornalista esportiva e autora de livros como *Segredos de uma Lésbica para Homens* e o romance *O Ano em que Morri em Nova York*, além de ativista LGBT, Milly Lacombe selecionou e explicou alguns dos principais termos do feminismo.

CAMILA ROSA
ILUSTRADORA
"Acho importante o trabalho de apoiar e educar garotas e mulheres ao redor do mundo", diz a ilustradora e designer. Natural de Joinville (SC), ela criou as ilustrações que acompanham o glossário de termos feministas.

CAROLINA CHAGAS
Jornalista
Em Austin (EUA) para pesquisar novas formas de fazer e vender notícias, Carol conheceu no SXSW Leca Guimarães, a brasileira que manda no Lollapalooza.

CAROL PIRES
JORNALISTA
Um mestrado nos EUA abriu a cabeça da jornalista para a força das mulheres no mercado. "Na reportagem sobre assédio para a **GQ**, falei com mulheres que estão abrindo passagem também nas empresas brasileiras", diz.

MICHELLE FERREIRA
JORNALISTA
Ela foi a autora da reportagem sobre o papel das mulheres como embaixadoras de montadoras. "Foi incrível fazer parte da edição", diz, "e é muito bom ver a transformação da imagem da mulher no mundo automotivo".

DESNUDE
A plataforma Hysteria, parceira da revista na edição especial #GQPorElas, nos leva para os bastidores da série que dá vida às fantasias sexuais da mulher brasileira.

ELAS NA MODA
Um raio-X das diretoras criativas das marcas masculinas mais desejadas do mercado.

#GQPORELAS
Leandra Leal, Taís Araújo, Bruna Linzmeyer e Camila Pitanga, estrelas da capa de março, falam sobre como se posicionam no feminismo contemporâneo.

@GQBrasil

IMPEDIMENTO É QUANDO...

Quantas vezes você já se pegou interrompendo a fala de uma mulher para dar a sua opinião sobre o mesmo tema? E quantas já se viu explicando detalhadamente para ela algo simples que qualquer amigo seu já sabe – impedimento no futebol, quem nunca? Provavelmente nenhuma. E, provavelmente, porque essas atitudes são tão enraizadas em nós que simplesmente não nos damos conta. Por isso uma edição especial capitaneada por mulheres e conduzida pela nossa editora convidada, a feminista e roteirista Antonia Pellegrino. Para revermos certos comportamentos à luz do feminismo contemporâneo e entendermos que a responsabilidade de não deixar as coisas como elas estão também é nossa. E por "não deixar as coisas como elas estão" entenda-se o fim da cultura do assédio, a resposta imediata e à altura contra condutas e situações inaceitáveis, a busca pela igualdade de gêneros e o entendimento do que hoje é o "novo normal" – relações pessoais e profissionais inter e multifacetadas, maior participação feminina no poder, o protagonismo natural das mulheres. Simplesmente não dá mais para não compreendermos esse poder feminino transformador e não nos aliarmos às suas principais reivindicações. Destas páginas transbordam mulheres incríveis e suas grandes realizações. Musas que o são pelas ideias, pela força, não só pela beleza. E homens que, mais avançados que a maioria de nós nessa questão, contribuem para uma sociedade em que a igualdade de gêneros seja uma realidade. Esta é uma edição-semente, o começo de algo novo e mais conectado com os nossos dias. Apesar da generosidade das nossas estrelas de capa, que corajosamente propõem uma aliança com os homens por meio do diálogo, do afeto e do respeito, ainda iremos bater muita boca em rodas de amigos e nos deparar com mulheres que não diferenciam cavalheirismo de dominação, que nos enterram todos na vala comum de quaisquer autores de comentários misóginos nas redes sociais. E com muitos homens afirmando "agora não pode mais paquerar porque é assédio", para dizer o mínimo. Se as revoluções não serão televisionadas (tks, Gil) e são a locomotiva da História (tks, Karl), não existe revolução maior que não comece pelo indivíduo. Em tempo: impedimento é um negócio tão complexo que parece até subjetivo. Eu juro que sei o que é, mas alguém pode me explicar direito? GQ

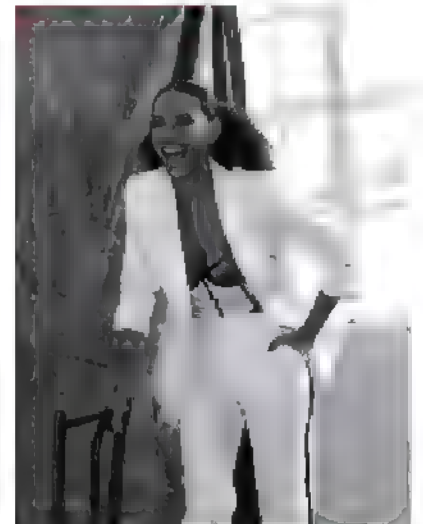
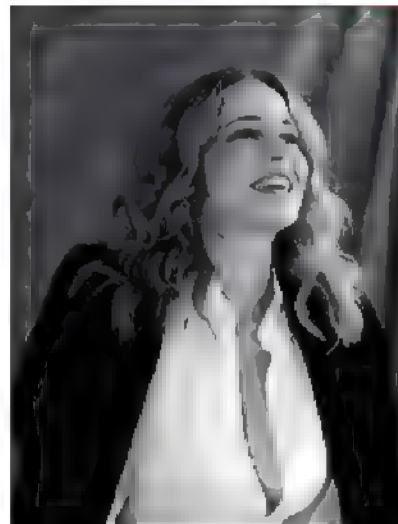
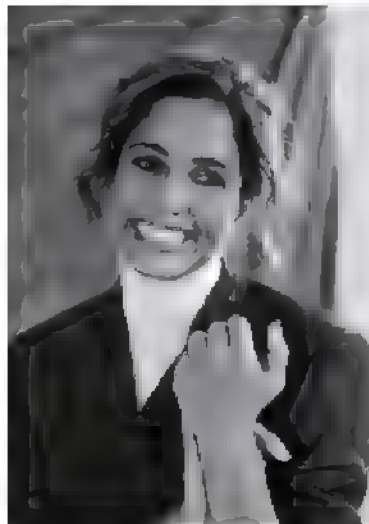
FOTO RODRIGO MARQUES

Ricardo Franca Cruz
DIRETOR DE REDAÇÃO

FOTO LUCAS BORI

A MARCA DA VIRADA

Eu havia acabado de lançar meu documentário #PrimaveraDasMulheres quando Dudi Machado, editor contribuinte da **GQ**, me ligou, perguntando: "Quer ser editora convidada da revista?" Não tive dúvida. Sei que não se faz feminismo sem aliados. Ou vamos juntxs, ou não iremos a lugar algum.
A primeira sentada para trabalhar me deixou tão acesa que não consegui dormir. O que escolher do meu repertório para apresentar na revista? O trabalho se desenrolou ao longo de três meses. Uma eternidade para um time ponta firme, acostumado a colocar uma revista por mês nas bancas, mas que preferiu dar-se o tempo da artesania para montar esta edição especial, pensada por mim – em parceria com o diretor de redação Ricardo Franca Cruz, o redator-chefe, Patrick Cruz, e toda a equipe – e realizada por mulheres.
À medida que avançamos, percebemos que não poderia ser apenas uma ocupação de um número. Esta edição da **GQ** marca uma virada. É o ponto de partida de uma reflexão prática e embrionária numa revista masculina feita por homens que entenderam que sexy é ser feminista, que musa de biquíni ficou datado e que dar umas aspas a uma mulher não é necessariamente lhe dar voz.
Segundo pesquisa recente do Instituto Avon, 66,5% dos homens não falam com os amigos sobre sentimentos; 45% gostariam de não se sentir obrigatoriamente responsáveis pelo sustento da casa; 45,5% desejam expressar-se de modo menos duro ou agressivo, mas não sabem como; e 54% adorariam ter mais liberdade para explorar hobbies pouco usuais sem serem julgados. A mesma pesquisa mostra que também não é fácil para eles lidar com a figura do "herói durão" e do ideal da virilidade, poderoso.
Tá na cara: o machismo, que é terrível para as mulheres, também atinge os homens. E uma das definições do feminismo é: uma forma de reconexão – como explica a jornalista Milly Lacombe em seu glossário (página 88).
Não acredito que existam homens feministas, assim como não faz sentido haver brancos no movimento negro. O que pode – e deve – haver são apoiadores, aliados, incentivadores. Homens em desconstrução, homens desconstruídos. O que pretendemos fazer aqui é desassombrar os leitores da **GQ** sobre os feminismos. E chamá-los para perto. Venham. Sem medo de errar, com autocrítica, afeto e abertura. Afinal, construir a igualdade de gênero é responsabilidade de todos. **GQ**

Antonia Pellegrino
EDITORA CONVIDADA

ALFAIATARIA NÃO É TUDO IGUAL E NEM DEVE SER.
DESCUBRA O QUE É "SOB MEDIDA", DE VERDADE.
Peças de altíssimo nível, sob medida para valorizar seu biotipo, seu estilo e seu tempo. Acessórios que ajudam a compor o look ideal. Consultoria de estilo com horário agendado, onde você estiver. A Merino Alfaiataria Customizada combina tudo isso em uma experiência única, e o resultado é o terno perfeito para você.
Merino é o novo, o atual, o acessível, a preços extremamente convidativos.
Agende uma visita e visite nosso Guide Shop. Inauguração oficial dia 15/03.
MERINO
ALFAIATARIA NA MELHOR VERSÃO: A SUA.
agendamento@merinoalfaiataria.com.br | merinoalfaiataria.com.br | merinoalfaiataria | 11 3571-3535 | R. Normandia, 38 | Moema | SP
LBN Inteligência em Comunicação

GQ Essencial
Editado por
Piti Vieira
Bebidas /
Conheça as melhores bartenders do país
Perfil /
A brasileira que dá as cartas no Lollapalooza
Games /
A guerra contra o assédio nos jogos on-line
{Muito além da musa}
DJAMILA RIBEIRO
Por Manoela Miklos
Fotos Cassia Tabatini

Vestido
Viviane Furrier

“ME FALARAM QUE EU PRECISAVA CONTINUAR MILITANDO, MAS DE UM JEITO MENOS DESTRUTIVO”

Djamila Ribeiro é linda. Um mulherão. Seria uma belíssima musa, se isso não fosse tão pouco para ela. Djamila veio para explodir a noção da mulher bonita que enfeita silenciosamente a rotina dos homens pensantes do Brasil. Djamila é mais. É além.

A além-musa é uma referência inquestionável para quem se interessa pelos debates sobre política, em especial sobre desigualdade de gênero e raça. Foi secretária adjunta de direitos humanos da cidade de São Paulo e, recentemente, publicou o livro *O Que é Lugar de Fala?*. Está nas livrarias, nas redes sociais e nos espaços públicos sempre disposta a comover plateias, sem deixar de desafiar a branquitude, o machismo e o classismo. Adapta-se magistralmente a qualquer interlocutor e modula as verdades de modo que não há quem saia imune da conversa. Tudo com uma elegância ímpar.

“Mas nem sempre foi assim”, ela conta. “Quando mais jovem, eu era bem faca na caveira. Foi um exercício que aprendi principalmente com as militantes mais velhas, que me falaram que eu precisava continuar militando, mas de um jeito menos destrutivo”, diz. “Porque, de fato, essas opressões vão minando a gente. Então busquei estratégias para não deixar isso me atingir. Uma delas é meditar. Outra é a minha religião, o candomblé, que mostra que existem coisas maiores que nós. O militante, às vezes, tem a síndrome de achar que é o grande salvador.”

A feminista norte-americana Gloria Steinem afirma em seu livro de memórias que há poder na proximidade, e aconselha: “Aproxime-se do problema pelo qual se interessa. Mude a narrativa. Mantenha a esperança. Esteja disposto a fazer coisas descartáveis”. Djamila incorpora a frase acima. E nos lembra do aqui e agora. Do machismo à brasileira, de nossa desigualdade vergonhosa. “Me formei em filosofia, mas não estudei (curricularmente) nenhuma filósofa nos quatro anos de graduação. Tive de ir atrás sozinha, com a ajuda de um orientador que nunca tinha estudado Simone de Beauvoir, mas se propôs a fazer isso para me orientar. No meu mestrado, também em filosofia, continuei os estudos sobre as filósofas. Mas não posso falar ‘filosofês’ com o público em geral. Eu sempre penso que quero que minha mãe entenda o que estou falando. Entendo a importância da linguagem, esse é um compromisso do feminismo.”

Os passos de Djamila Ribeiro vêm de longe. E nos levarão mais longe ainda.

“EU QUERO QUE MINHA MÃE ENTENDA O QUE ESTOU FALANDO. ENTENDO A IMPORTÂNCIA DA LINGUAGEM, ESSE É UM COMPROMISSO DO FEMINISMO”

Vestido **Alphorria**

Na página ao lado:
Vest do **Viviane Furrier**

[Mulher do Mês]

Para nós e elas

O novo desafio de Renata Brandão, CEO da Conspiração Filmes: criar e distribuir conteúdos para mulheres – sem esquecer dos homens

Foto **Ana Rovati**

Formada em relações internacionais, a capixaba Renata Brandão, de 39 anos, queria ser diplomata quando se mudou para o Rio de Janeiro. Trabalhou em órgãos não governamentais e internacionais, montou a Rede Asta (iniciativa social que ajuda artesãs a se tornarem empreendedoras transformando resíduos em presentes, acessórios e produtos de decoração (que existe até hoje) e foi ajudar amigos a fazer cinema e acabou, 11 anos atrás, na Conspiração Filmes, uma das maiores produtoras independentes do Brasil. Hoje, ela preside a empresa.

Sob a sua direção, o negócio ganhou corpo e se transformou. Além dos sucessos na TV com as séries *Sob Pressão*, *1 Contra Todos* e *Detetives do Prédio Azul*, a produtora criou em novembro a plataforma Hysteria, uma unidade de negócios de produção de conteúdo e curadoria feitos por mulheres – mas não apenas para mulheres ou sobre mulheres: a série erótica *Desnude*, que integra a iniciativa, estreia este mês na GNT. "A gente está muito mais perto da audiência do que estávamos dez anos atrás", diz. "As marcas hoje querem propósito, entretenimento e distribuição. Unir essas três coisas resulta em uma força de comunicação muito grande. Anota aí: ainda vai bater aqui na minha porta um diretor de marketing que vai fazer o primeiro filme de caminhão com mulher. E vai ser com uma equipe feminina."

GABRIELA CASTRO | LOURENÇO (CAPA NGT) | AGRADECIMENTO ESTUDIO DO CAIS

{Black Book}

Olhar feminino

Cinco mulheres sofisticadas e estilosas nos dão dicas para fazer bonito em casa e nas ruas

LUISA MORAES

atriz ***@luisamoraes***

"Sempre amei o design e as matérias-primas brasileiras, como nessa poltrona do Sergio Rodrigues. Fico feliz de ver que hoje nosso design é muito apreciado mundo afora." *@ulyssesdesanti*

UCHA MEIRELLES

consultora de estilo ***@uchameirelles***

"Esse livro é um guia superbonito sobre o mobiliário brasileiro do século XX. Lina Bo Bardi, Oscar Niemeyer, Joaquim Tenreiro e Sergio Rodrigues estão todos lá!" *@monacellipress*

DONATA MEIRELLES

diretora de estilo da Vogue Brasil ***@donatameirelles***

"Em tempos digitais, nada melhor que escutar um bom LP para relaxar. Além de linda, essa vitrola da Crosley tem um som incrível." *@crosleyofficial*

CAMILA BOSSOLAN

diretora de arte ***@bossolove***

"Os guarda-chuvas da James Smith & Sons, de Londres, são verdadeiras obras de arte, além de superdivertidos. Amo os que têm o cabo em formato de cabeça de animal." *james-smith.co.uk*

ALIX DUVERNOY

florista ***@alixduvernoy***

"Os pijamas da Budd – marca britânica que também produz cashmeres por encomenda – são um clássico. Nada mais chique para ficar em casa num domingo de frio." *@buddshirtmakers*

FOTOS DIVULGAÇÃO | ILUSTRAÇÕES CAMILA GRAY

{Lifestyle}

Sem climão

Sucesso cult na música, Letrux mostra com Thiago Vivas, seu parceiro, que, no design moderno, a casa tem de ter a cara do casal

Foto **Juliana Rocha**

Juntos há quase cinco anos e dividindo o mesmo teto há um, a cantora Letrux – persona artística de Leticia Novaes – e Thiago Vivas, músico e filósofo, dividem a casa e a rotina como um casal moderno, em que os espaços internos têm a cara de ambos. O espírito dessa união é resumido pelo arranjo que a dupla encontrou para a estante da sala. "Quando fomos dividir a estante dos livros, eu me arrepiei: Meus livros de astrologia, mediunidade e espiritualidade estavam no lado da estante em que ele pôs tudo sobre astronomia, big-bang, física quântica. Foi engraçado. Ele me ajuda a ser mais científica e eu trago um pouco de mistério para a vida dele", conta Letrux.

No ano passado, a cantora carioca lançou *Letrux em Noite de Climão*, que ganhou como Disco do Ano pelo Júri no Prêmio Multishow 2017. Neste mês, ela estreia na peça *Isso vai dar certo de alguma forma*, no Rio, em que fez a trilha-sonora, e também no programa *Desnude*, no GNT, além de continuar com os shows da última turnê. Enquanto isso, em casa, tudo segue compartilhado e dividido, respeitando as diferenças. Sem climão.

{Digital}

Para baixar, usar e ler

Conheça dois aplicativos, uma plataforma e um bot que ajudam a resolver situações de desrespeito, abuso ou violência contra as mulheres. É obrigatório!

Por **Alessandra Orofino**

WOMAN INTERRUPTED

ESSE APP ANALISA CONVERSAS ENTRE HOMENS E MULHERES E CONTA QUANTAS VEZES ELAS SÃO INTERROMPIDAS. (VOCÊ NUNCA PERCEBEU? POIS É, VOCÊS FAZEM ISSO SEM NOTAR – E A FREQUÊNCIA NÃO É BAIXA, NÃO). CRIADO POR UMA AGÊNCIA PAULISTA LIDERADA PELA PUBLICITÁRIA GAL BARRADAS, O APLICATICO NOS AJUDA A TOMAR CONSCIÊNCIA DESSA TREMENDA GROSSERIA. É O PRIMEIRO PASSO PARA ACABAR COM ELA DE VEZ.
WOMANINTERRUPTEDAPP.COM

PLP 2.0

Para situações de violência doméstica, familiar ou sexual contra a mulher, o app cadastra cinco pessoas de confiança que podem atender a uma ligação caso o dispositivo seja acionado. Ganhador do prêmio Desafio de Impacto Social, criado pelo Google, é desenvolvido pelo Geledés Instituto da Mulher Negra em parceria com a ONG Themis.
geledes.org.br

MAPA DO ACOLHIMENTO

A plataforma faz uma ponte entre mulheres vítimas de violência e uma rede de terapeutas e advogadas dispostas a prestar serviços gratuitos. Desenvolvido em 2016 pela Rede Nossas Cidades, o Mapa se prepara para crescer em 2018 graças ao apoio de mais de mil pessoas que se uniram em uma campanha de crowdfunding – 94% eram mulheres.
mapadoacolhimento.org

BETA FEMINISTA

Betânia, ou Beta, é um robô de Facebook que dá alertas sobre temas ligados à igualdade de gênero e aos direitos das mulheres – como projetos de lei e outros passos dados pelo Congresso – e indica formas de pressionar os políticos. É só chamar a Beta no inbox que ela responde na hora! A Betânia feminista é cria do Nossas, laboratório de ativismo com sede no Rio.
beta.org.br

FOTO DIVULGAÇÃO

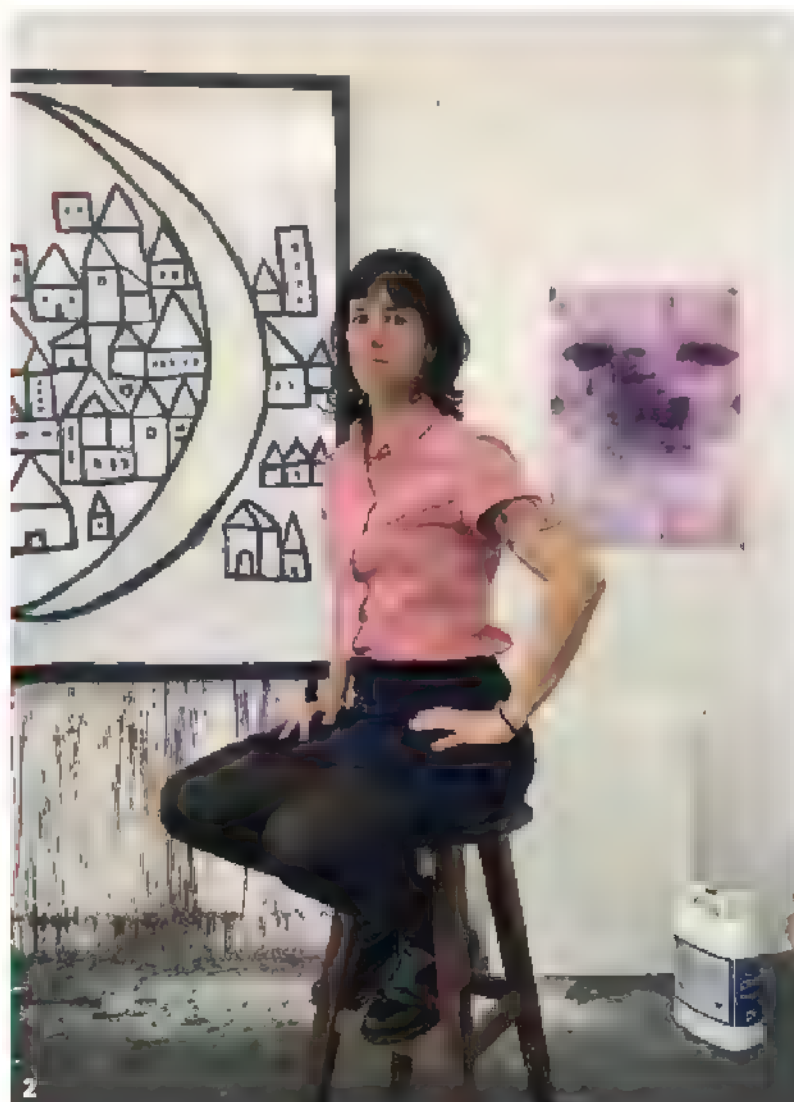
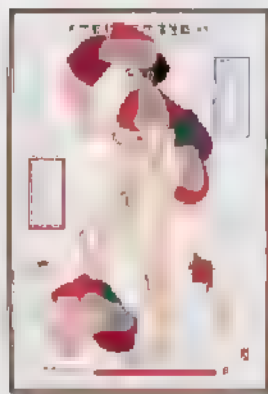
{Arte}

Brilho ancestral

No Brasil, o domínio das artes plásticas é feminino - e não é de hoje. Conheça cinco nomes que vão manter o reinado Por **Gisela Gueiros**

Se hoje a arte das mulheres brasileiras tem força e reconhecimento internacional é porque um fenômeno interessante aconteceu no Brasil no começo do século XX. Naquela época, o país foi palco de uma libertação do papel artístico da mulher: de modelo e musa inspiradora, passou a ser criadora. Cem anos depois, a lista de artistas fundamentais para a solidificação da arte made in Brazil é longa e vai de Mira Schendel e Lygia Pape – que já tiveram mostras individuais nos mais importantes museus americanos – até Tarsila do Amaral e Beatriz Milhazes, cujas obras valem milhões de dólares.

Pensando nessas mulheres, convidamos três especialistas – as curadoras Nessia Leonzini e Aliza Adelman e a artista Marina Saleme – para indicar cinco nomes da nova geração que prometem levar adiante tudo o que as gerações anteriores conquistaram ao longo do século passado. Saiba quem são e por que você ainda vai ouvir falar muito delas:

"Fui uma criança obcecada por

FOTOS DIVULGAÇÃO

materiais de pintura e desenhava desde muito cedo, mas com certeza *Desvio para o Vermelho*, de Cildo Meirelles, que vi na Bienal de 1998, influenciou minha escolha", diz Ana Elisa Egreja, de 34 anos, pintora paulistana que cria telas detalhadas de ambientes caseiros e elementos kitsch há mais de uma década.

A nova geração de talentos testemunhou o desenvolvimento do mercado e construiu uma bagagem rica em referências – e os materiais utilizados por Andrea Rocco em suas obras atestam isso. "Tudo começou quando cursei faculdade de moda. O bordado é uma parte significativa do meu trabalho", conta Andrea, de 40 anos. Marina Saleme, uma de nossas consultoras, destaca as múltiplas referências. "O mundo fantástico que aparece no trabalho da Andrea em diversas técnicas – de bordado e aquarelas a pinturas e desenhos – parece ter saído dos contos de fadas", afirma.

A produção de Lia Chaia, de 39 anos, transita entre fotografia, vídeo, performance, instalação e intervenções urbanas. "Lia é uma artista multidisciplinar que utiliza seu corpo em suas pesquisas, explorando a relação da natureza com o cenário urbano", diz Saleme. "Já Ana Mazzei lida com o espaço arquitetônico e tem uma obra de caráter insólito", conta Nessia Leonzini sobre a artista de 37 anos que participou da 32ª edição da Bienal de São Paulo e se inspira em literatura e teatro para criar suas instalações.

Mas as mulheres realmente dominam o mercado de arte no Brasil? "Temos protagonistas femininas nas artes plásticas que foram e são bem reconhecidas, o que é um grande orgulho. Mas, em quantidade, ainda somos minoria, tanto como artistas quanto nas funções de curadoras e diretoras de museus", afirma Ana Prata. Aos 37 anos, ela pertence a uma geração de artistas que, no fim dos anos 2000, deu à pintura figurativa um novo e prestigiado lugar no cenário artístico.

Pintou talento
1. Pode parecer uma fotografia nonsense, mas são as pinceladas precisas de Ana Elisa Egreja na obra *Revoada* (2016); **2.** A artista Ana Prata e sua pintura delicada; **3.** *Pôsteres 2* (2017), de Lia Chaia; **4.** *Ghosts* (2017), de Ana Mazzei

Festival

Estrela em ascensão

Leca Guimarães é a responsável pelos shows do Lollapalooza fora dos EUA

Por **Carolina Chagas** Foto **Julia Rodrigues**

Leca Guimarães escuta seu nome no rádio geral da produção do Lollapalooza de Chicago. Charlie Jones – um dos três 'cs' da C3 Presents, empresa do grupo Live Nation responsável pelo mais valioso megafestival do mundo – exige a presença dela no palco principal. "Deu merda", pensa. É trabalho de Leca assegurar que todos os Lolla tenham o mesmo padrão de qualidade, que artistas e público estejam seguros e que a marca não seja queimada por deslizes. Mas – ufa! – nada tinha dado errado. Fã de Star Wars, Jones sempre toca a música-tema da saga na abertura dos portões do evento. O ritual indica que a equipe está pronta para começar o espetáculo. Matthew McConaughey e Dave Grohl já tiveram o prazer de apertar o play. Nesse dia, a honra foi dada à brasileira. "Quase ninguém da equipe fez isso", conta Leca, que mora há três anos em Austin, onde está a sede da empresa, mas passa menos de 90 dias por ano nos EUA. "Estou onde o Lolla está." E nós estamos de olho nela.

BELEZA VANESSA SENA (OD MGT)
PRODUÇÃO EXECUTIVA OD MGT

FOTO RODRIGO FERRAZ / ZIMEL / AGÊNCIA O GLOBO

{Música}

Respeito é bom e elas gostam

Com letras afiadas e atitudes que ajudam a nocautear o machismo — na indústria e na plateia —, a BaianaSystem é uma banda de homens que respeita as mulheres

Até bem pouco tempo atrás, o cartão de visitas do carnaval da Bahia exaltava a pegação nos trios elétricos. O que era visto como liberdade escondia uma realidade que os novos tempos não permitem mais. Russo Passapusso, que dá voz às afiadas e sagazes letras da BaianaSystem, uma das bandas mais instigantes da cena musical brasileira atual, nunca viu beleza nisso. "Eram homens agarrando mulheres à força, em rodinhas, obrigando-as a dar um beijo em cada um para sair da armadilha. Eu vomitava com aquilo", diz o baiano.

A atitude – além, é claro, da música – atraiu fãs. "Durante muito tempo, as mulheres ficaram entregues às mãos de Deus, especialmente no carnaval. De repente, aparece uma banda que fala: 'peraí, deixa as mulheres, deixa elas passarem, deixa elas sambarem'. Um show do Baiana é assim. Você se diverte, mas volta com questionamentos", diz Pamela Lucciola, jornalista cultural e mulher de Russo. O grupo foi atração em todos os principais festivais do país em 2017, como Rock in Rio e Lollapalooza, e ainda se apresentou no gigante Roskilde, na Dinamarca.

Nas apresentações da banda, o respeito à mulher é regra, mesmo nas intensas rodas de "pogo" que se abrem durante o show. Aquele aparente tumulto em frente ao palco, que na verdade é uma dança amigável (destinada aos homens) muito comum em shows de punk e hardcore, não só ganhou uma ostensiva presença feminina como tem, inclusive, um momento só delas.

Para a jornalista musical Patricia Palumbo, o BaianaSystem se destaca pela atualidade tanto do discurso quanto da atitude. "Não há mais como dissociar o artista do que ele ou ela são na vida real. O Baiana é uma banda de homens que respeita as mulheres", afirma. "Se alguma delas se sentir ofendida, existe um líder que vai defendê-la. Isso é uma quebra de paradigmas necessária dentro de um universo tão machista."

Com apenas um disco lançado, chama atenção a música-título *Duas Cidades*, que traz o trecho "as meninas de minissaia não conseguem respirar", um grito contra a cultura do assédio. "Homem não pode dizer que já sabe, tem de abaixar a cabeça e compreender", afirma Russo.

{Negócios}

Fiamma Zarife

Conheça os momentos-chave da carreira da executiva que comanda a operação do Twitter no Brasil

"O SABÁTICO ABRIU MINHA CABEÇA. CONHECI AS MAIORES EMPRESAS DE TECNOLOGIA DO MUNDO E ME ENCANTEI COM AS PLATAFORMAS DIGITAIS"

WWW

1

No início da faculdade, tive minha primeira experiência profissional, como estagiária de publicidade na Petrobras Distribuidora. No ano seguinte, fui aprovada num processo seletivo do Banco Boavista, onde entrei em contato com tecnologia, na época do boom da internet. Foi a minha primeira experiência profissional aliando marketing e tecnologia – áreas que têm marcado a minha carreira até hoje.

2

Entrar no segmento de telecomunicações foi outro momento-chave. Em 1999, fui convidada a desenvolver a estratégia de internet e e-commerce da ATL, naquela época uma startup do setor. Desde então, foram 12 anos desenvolvendo serviços e trabalhando em projetos de inovação em empresas de telecom. Em 2014, depois de passar por ATL, Oi, TIM e Claro, e de chegar à vice-presidência de parcerias de conteúdo na Samsung, decidi tirar um período sabático para fazer cursos de especialização na Singularity University, em Mountain View, no Vale do Silício, Califórnia; e no MIT, em Boston.

3

Quando voltei ao Brasil, estava decidida a experimentar o que tinha visto nas plataformas digitais: a velocidade das ações, seus modelos de negócio e estruturas horizontais. Assumi a operação do Twitter no país em janeiro de 2017 com o desafio de reforçar a vocação da empresa de ser o melhor lugar para ver e falar sobre o que está acontecendo no mundo, além de fortalecer as relações comerciais com marcas, agências de publicidade e parceiros de conteúdo. No ano passado, depois de crescermos em todos os trimestres, encerramos com o melhor resultado anual de receita da nossa história.

FOTOS RAQUEL CUNHA/FOLHAPRESS, DIVULGAÇÃO

{Perfil}

Quase sócia

De estagiária a braço direito de Rogério Fasano, Mayra Chinellato mantém todo o grupo em pé e funcionando

Foto **Júlia Rodrigues**

Mayra Chinellato, de 34 anos, é daquele tipo de pessoa que diz a que veio logo de cara. Sua postura séria de superexecutiva, sem nunca abandonar o bom humor, conquista a todos e descomplica sua pesada rotina. Aliás, esse é o seu trabalho: descomplicar. Diretora de operações do Grupo Fasano e braço direito do próprio Rogério Fasano, a paulistana formada em nutrição comanda 18 restaurantes e cinco hotéis (mais três estão em construção) e lida com 50 chefs, gerentes-gerais, maîtres e outros 500 funcionários indiretamente todos os dias – 90% deles homens. "Ter mais mulheres no salão (dos restaurantes), na cozinha e no bar é um objetivo", diz Mayra.

Ela só não é sócia do grupo porque sua assinatura não está no contrato social, mas é como se fosse. Começou como estagiária há 12 anos e não parou mais de subir na hierarquia da empresa. "Precisava do estágio na faculdade e, como trabalhava na Daslu durante o dia e estudava à noite, o único horário disponível era bem cedo. Acabei conseguindo uma vaga na confeitaria central, das 4h às 8h", conta. Hoje, sua rotina não mudou muito: ela só não trabalha quando está dormindo. "Descanso muito melhor quando sei que está tudo bem, e para isso pr ciso saber de tudo, sempre. Mas muito ativa. Acho um desperdício no sofá só assistindo a alguma c

Vestido **Diane von Furstenberg** | Relógio **Acervo pessoal**

BELEZA **VANESSA SENA (OD MGT)** | STYLING **GABRIEL FERIANI**

{Gastronomia}

A volta de Roberta Sudbrack

Neste mês, a chef abre novo restaurante – com quase tudo preparado no carvão – dentro do repaginado hotel Arpoador Inn

Por **Alexandra Forbes**

Quando, em 2017, a famosa chef Roberta Sudbrack fechou de repente seu restaurante homônimo no Rio de Janeiro, onde servia caros e elaborados menus degustação, e escreveu um texto inflamado dizendo que para ela a alta gastronomia já era, causou furor. "A gente leu aquilo e pensou: 'pô, até a Sudbrack está pensando o mesmo que nós!'", conta Daniel Gerin, sócio de dois hotéis no Rio com seu irmão Marcelo.

Os dois tinham acabado de reformar e modernizar o Ipanema Inn e estavam naquele justo momento pensando em como dar cara nova ao outro hotel do grupo, o Arpoador Inn, construído e fundado em 1974 pelos avós deles no pedacinho mais mágico do Rio de Janeiro, de frente para o mar. Marcaram uma conversa com a chef. "Foi paixão à primeira vista, conexão total", diz Daniel.

Assim nasceu o projeto do (rebatizado) Hotel Arpoador, que terá a ex-superstar da alta gastronomia comandando um restaurante de terraço pé na praia, o Arpoador. É uma nova Roberta: "O menu privilegia a simplicidade, com ênfase no frescor e na sustentabilidade e procedência dos produtos". Defensora dos métodos naturais e ancestrais de cozinha, Roberta está adorando poder preparar quase tudo no carvão. O menu será enxuto e mudará com frequência para se adaptar ao que acharem de melhor a cada estação. "Os pratos serão simples e para comer como quiser, sozinho ou compartilhando", conta. No salão, muita madeira, almofadões e nada de toalhas de mesa ou outras formalidades. No bar, outro trunfo: a bartender paulistana Neli Pereira, do Espaço Zebra, em São Paulo, também craque em adaptar criações a ingredientes sazonais e artesanais (saiba mais sobre a bartender na página 24).

Daniel morou em Londres, onde por muitos anos administrou a coleção de arte do fotógrafo Mario Testino. Marcelo era do mercado financeiro e passou um tempo em São Paulo. Quando o Rio começou a bombar, antes da Copa e das Olimpíadas, deixaram suas carreiras para assumir o negócio familiar. No ano passado, fecharam o Arpoador por um ano para uma reforma completa e deram carta branca ao decorador Thiago Bernardes, "porque ele sabe fazer uma casa de praia como ninguém".

Quando reabrir, no fim deste mês, será um hotel praiano pequeno (são apenas 49 apartamentos) e cool, sem grandes luxos, como o restaurante. O destaque continuará sendo a localização: apenas uma ruazinha de paralelepípedos o separa das areias do Arpoador, a mesma prainha no canto final de Ipanema, com as ondas que desbravaram, nos anos 1970, surfistas como Artur Machado, o Petit – o menino do Rio eternizado na canção de Caetano.

FOTOS LUIS PAULO / AGÊNCIA O GLOBO; MANOEL SOARES / AGÊNCIA O GLOBO; REPRODUÇÃO; DIVULGAÇÃO

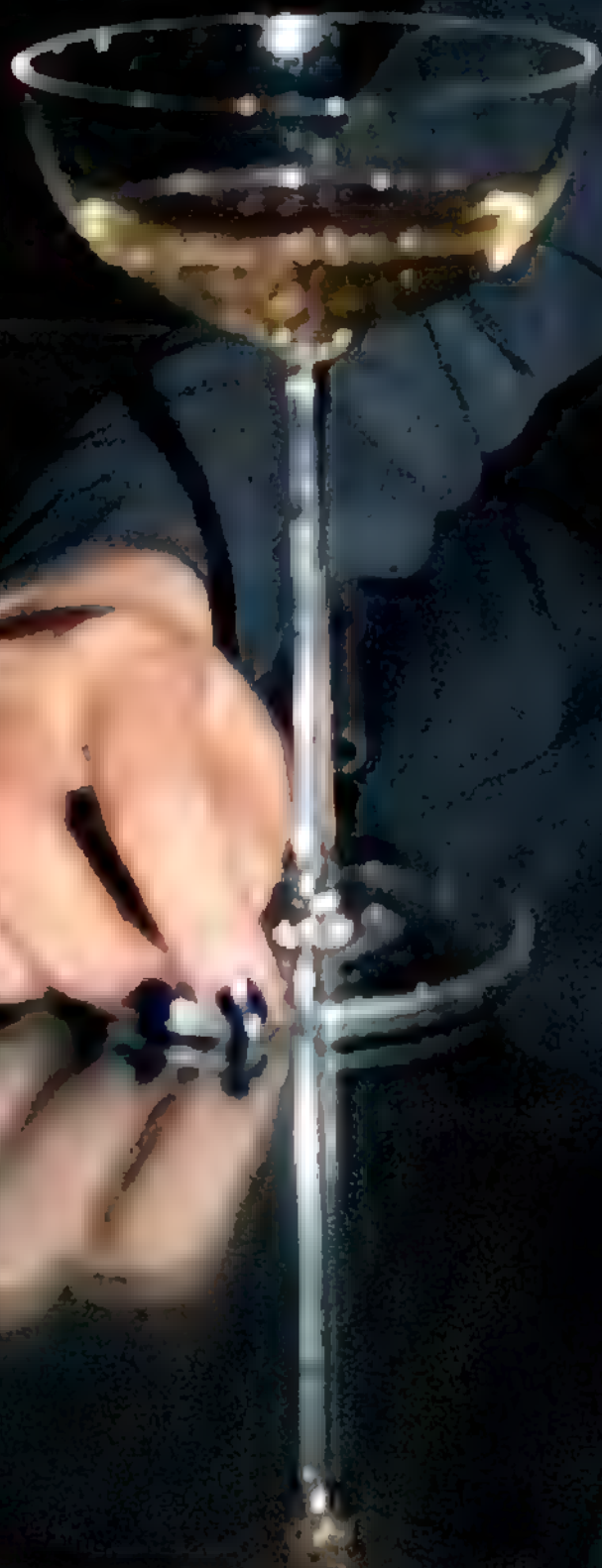
Nova época de ouro
Acima, imagem do novo restaurante de Roberta, o Arpoador, que promete reviver os tempos áureos do bairro carioca

> “FIZ UM MENU ENXUTO. OS PRATOS SERÃO SIMPLES E PARA COMER COMO QUISER, SOZINHO OU COMPARTILHANDO”

[Bebidas]

O balcão é delas

Quem não conseguia ver uma mulher mandando em um bar ficou, enfim, ultrapassado. Conheça os segredos das melhores bartenders do Brasil

Por **Alexandra Forbes**

Lugar de mulher nunca foi atrás do balcão do bar. Até pouco tempo atrás, era inconcebível ver uma menina no comando e mixando drinques. Agora o jogo virou. Talita Simões foi das primeiras grandes bartenders a despontar no Brasil. Passou por vários bares até conquistar, em 2011, a única vaga de representante nacional no maior torneio de coquetelaria do mundo, o World Class. Hoje, é chefe de bar no restaurante Jacaré do Brasil, em Trancoso, e presta consultoria para diversos estabelecimentos no eixo Rio-São Paulo. Assinará a carta de drinques do Moma Mia, bar com menu de comidinhas dos chefs Salvatore Loi e Paulo Barros, que abrirá em abril no Itaim, em frente ao célebre boteco Vaca Veia.

Outra pioneira foi Michelly Rossi, que largou a faculdade de direito para ganhar a vida fazendo drinques. Entre vários empregos de bartender, trabalhou um ano e meio no premiadíssimo Frank, no hotel Maksoud Plaza, e hoje chefia o bar Fel, no Copan, também em São Paulo. "Os boêmios que sabem beber confiam no meu taco, mas tem muito homem que se incomoda em ser atendido por uma mulher", diz ela. Eles precisam baixar a bola se quiserem um lugar no disputado balcão do Fel, onde Rossi e seu time servem coquetéis superclássicos, como os impecáveis dry martinis que vêm em taças coupe.

O machismo persiste, mas hoje, com o empoderamento feminino, já prosperam bares encabeçados por mulheres, como o Espaço Zebra, de Neli Pereira, que deixou o jornalismo para dedicar-se aos coquetéis. Ela mergulhou na pesquisa de ervas e cascas de árvores brasileiras comuns em bebidas populares, mas nunca usadas antes na alta coquetelaria. Seus clientes não se assustam com as misturas que contêm catuaba, jurubeba, para-tudo e outros ingredientes incomuns. "Para mim, criar drinques com os ingredientes que pesquiso importa mais do que o negócio", diz.

No Rio, onde até há pouco mal existia coquetelaria de qualidade, o cenário mudou radicalmente. Despontam na cena garotas que entendem muito do assunto e esbanjam técnica. A estrela-mor dos coquetéis é Jessica Sanchez, afiadíssima e colecionadora de prêmios. Cresceu em São Caetano e na Zona Leste de São Paulo, começou lavando copos em uma boate e mudou-se sozinha para o Rio, para tentar a sorte onde havia menos competição. Trabalhou durante anos no bar do Copacabana Palace, e hoje, em sociedade com o marido, é dona do Vizinho Gastrobar, na Barra da Tijuca, além de assinar a carta de drinques do hypado Bar da Laje, no Morro do Vidigal. Ainda este ano, Jessica quer abrir uma filial do Vizinho em Botafogo.

> "OS BOÊMIOS QUE SABEM BEBER CONFIAM NO MEU TACO, MAS TEM MUITO HOMEM QUE SE INCOMODA EM SER ATENDIDO POR UMA MULHER
>
> **MICHELLY ROSSI**

Jovens craques ainda desconhecidas, como Andrea Albuquerque, do Ella, no Rio, estão ajudando a elevar o nível da coquetelaria carioca, usando ingredientes frescos e da casa, fazendo seus próprios bitters. No Ella, Andrea serve coquetéis impressionantes: executa, decora e descreve cada receita com tamanho capricho e brilho nos olhos que a carta de drinques virou hit e hoje atrai quase tantos clientes quanto as famosas pizzas dali.

Outras como elas virão, agora que a visão de uma mulher atrás do balcão não causa tanto espanto como em outros tempos. Sejamos sinceros, não deveria causar espanto algum.

NOVIDADES NO EIXO RIO-SÃO PAULO

Desde 2014, quando abriu, o Bar da Laje, no alto do Vidigal, Rio de Janeiro, faz um enorme sucesso por sua vista incrível. A produtora de cinema Dani Tolstoi, que tem uma casa perto dali, dizia que "vale mais pela ambiance, o samba, a feijoada e o cenário do que pela bebida". Isso mudou. Os donos deram um baita upgrade: neste mês, estreia a carta de drinques elaborada por Jessica Sanchez. Em São Paulo, a melhor nova carta de drinques é a do Fel, audaciosamente vintage. Michelly Rossi serve coquetéis que (quase) ninguém conhece, resgatados de livros antigos, como o Crimean Cup à la Marmora, receita de 1862 que leva rum, brandy de jerez, luxardo maraschino, limão-taiti e espumante. Inaugurado em janeiro, o bar tem apenas 13 banquetas e ambiente noir, para boêmios profissionais. *@fel.cocktails* e *@bardalaje*

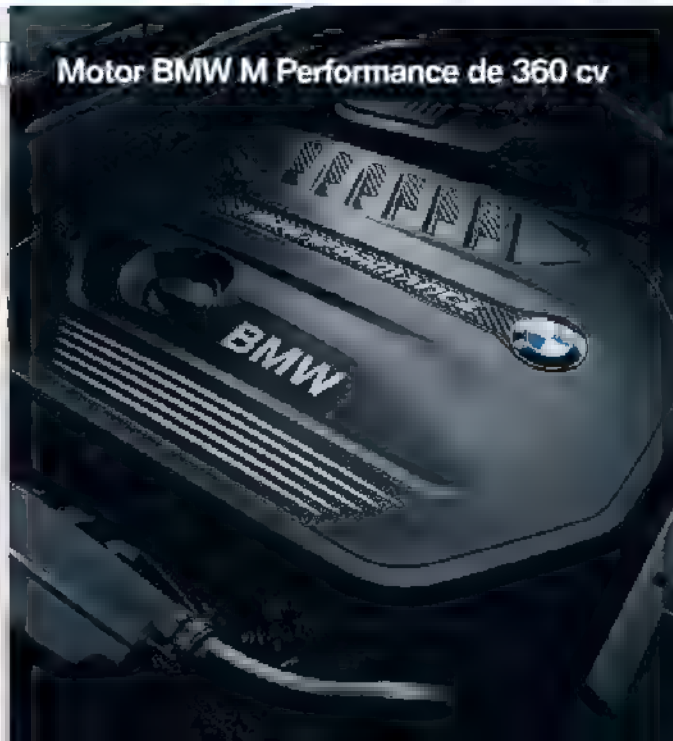
FOTOS ANDI ELLOWAY / THELICENSINGPROJECT.COM, JOTABE

{Objeto de Desejo}

Paternidade nas alturas

Não basta ser pai, tem que brincar. Melhor ainda se for com um dos "brinquedos" da britânica Blue Forest, que cria casas na árvore high-end Por **Daniela Tófoli**

Se você é pai e diz que "ajuda" muito na criação dos filhos, já começou a falar no assunto usando o verbo errado. Não basta ser pai: é preciso abraçar a missão como protagonista, e não como coadjuvante na vida das crianças. Quando você entende esse equilíbrio, tudo fica muito melhor para o casal – e pode ficar muito mais divertido para você. Uma prova da diversão que vem com a paternidade são as casas na árvore, brincadeira atemporal que ganhou tons high-end com a Blue Forest. A empresa britânica, considerada uma das de maior credibilidade na construção desses projetos, especializou-se em criar versões de luxo do sonho de consumo de crianças e pais. Há modelos de linha, mas a Blue Forest também põe de pé criações exclusivas, que integram a linha Bespoke Luxury, desenvolvidas a partir das ideias trazidas pelos compradores. É o caso da "The Enchanted Hideouts", da imagem acima, criação em cedro inspirada em contos de fadas dos irmãos Grimm. Embora a empresa concentre suas vendas no mercado europeu, ela também tem clientes na América Latina. Os modelos custam a partir de 30 mil libras. *http://www.blueforest.com*

FOTO DIVULGAÇÃO

{Games}

Hora de passar de nível

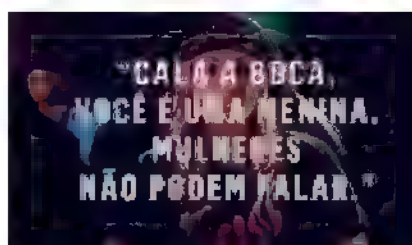
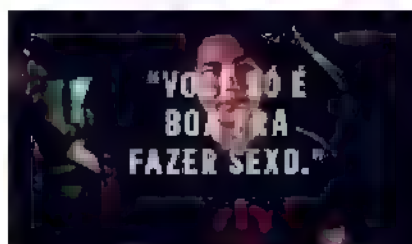
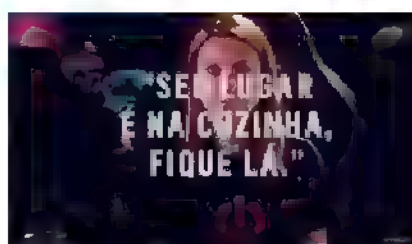
Jogadoras profissionais revelam situações de abuso e opressão em jogos on-line. Da iniciativa nasceu o movimento mundial *#MyGameMyName*

Por **Françoise Terzian**

> A IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES VALE TAMBÉM PARA OS GAMES

Voz de cereja
A estudante carioca Nicolle Merhy, ou simplesmente Cherrygumms, é uma das principais vozes contra o machismo no universo dos jogos eletrônicos

O universo dos games, historicamente dominado por homens, hoje já é composto de 46% de jogadoras do sexo feminino. O problema é que esse mundo é tão machista quanto o mundo real. As mulheres que permanecem on-line por pelo menos 22 horas semanais alegaram já ter sofrido algum tipo de assédio sexual ou bullying durante o jogo, revela estudo da Universidade Estadual de Ohio, nos EUA. Isso tem levado muitas a camuflar suas identidades reais e fazer uso de nicknames masculinos ou neutros.

Para dar um basta nessa situação, a ONG americana Wonder Women Tech (WWT) acaba de lançar o projeto #MyGameMyName. A organização convocou youtubers e jogadores homens para usar nicknames femininos em partidas on-line e experimentar na pele como é ser mulher nesse universo. Tudo foi filmado e postado em suas redes. O objetivo é usar o movimento para revelar o abuso e pressionar a indústria de games, que movimenta mais de US$ 66 bilhões por ano no mundo e já é duas vezes maior que Hollywood.

Espiões do abuso
Gamers homens assumiram identidades femininas nos jogos para identificar situações de assédio e ouviram as frases acima.

"O assédio acontece todos os dias. Chegaram a me tirar de uma partida por ser mulher", conta Ariane Parra, embaixadora do #MyGameMyName e fundadora da Women Up Games, parceira oficial do projeto. Para ela, o combate deve ser feito com conscientização e denúncia de comportamentos tóxicos nas redes sociais e jogos on-line. Ela diz ser necessário que a indústria se posicione.

A estudante de direito carioca Nicolle Merhy, outra embaixadora da iniciativa – e uma das mulheres mais famosas no mundo dos jogos – pensa o mesmo. Mais conhecida como Cherrygumms (apelido que recebeu na infância por amar chicletes de cereja), Nicolle é capitã de uma equipe oficial de games no Brasil, a Black Dragons, gerenciando mais de 60 jogadores. "É como se não estivéssemos lá, mas estamos, e em grande número. Precisamos falar, principalmente, com os meninos que estão começando nesse universo. Temos de mostrar que as mulheres têm os mesmos direitos que eles."

FOTOS ITALO GASPAR; DIVULGAÇÃO

{Entretenimento}

Vem pra cá!

Um guia de Nova York para conhecer melhor os endereços das heroínas e anti-heroínas que estão bombando na ficção

Não só de super-heróis vive a ficção. Nos últimos anos, a Big Apple também foi tomada por super-heroínas, o que deixou as séries e filmes muito mais ricos. É o caso da detetive particular Jessica Jones, que ganha uma segunda temporada na Netflix no dia 8 deste mês. Em abril, acontece a estreia de *Vingadores: Guerra Infinita*, a tão aguardada continuação da saga que unirá os heróis de todos os filmes do universo Marvel até o momento. Confira os endereços reais de algumas heroínas e anti-heroínas de carne e osso em Nova York.

ILUSTRAÇÃO CHRISTIAN TATE; REPRODUÇÃO

{Responsabilidade social}

Mais ação, por favor

As causas que Luiza Helena Trajano, a mais famosa empresária do varejo e líder do Grupo Mulheres do Brasil, defende em 2018 Por **Françoise Terzian**

Calcula-se que apenas 7% dos assentos dos conselhos de administração das empresas do Brasil – sejam elas públicas ou privadas – são ocupados por mulheres. Para piorar, se a conta excluir proprietárias, herdeiras ou parentes, esse número cai para minguados 3%. Então, quais as chances de ascensão de uma refugiada que desembarca em solo brasileiro muitas vezes sem conhecer uma única pessoa e com um filho no colo? "Mesmo que o número seja baixo, não gostamos do papel de coitadinhas. Já temos muitas conquistas. Queremos continuar lutando pelos nossos direitos", afirma a empresária Luiza Helena Trajano, presidente do Grupo Mulheres do Brasil, criado em outubro de 2013 por 40 executivas de diferentes setores, com incontáveis ações para desenvolver, executar e apoiar. Ao lado de outras empresárias e executivas, ela quer transformar o grupo no maior bloco de mobilização política suprapartidária do país. "Temos de assumir o Brasil como nosso, e não ficar apontando para os políticos." Conheça as principais causas delas para 2018:

IGUALDADE PROFISSIONAL
Para o grupo, o caminho para garantir um lugar nos conselhos de administração e advisory e também no alto escalão das empresas do setor público e privado é partir para as cotas. Em 2017, veio a primeira vitória: a aprovação no Senado do projeto que exige, no mínimo, 40% de mulheres nos conselhos de empresas públicas. O próximo passo é aprovar na Câmara dos Deputados e partir para a iniciativa privada.

APOIO ÀS REFUGIADAS
Mais do que auxiliar na busca por um emprego, o grupo percebeu que esse grande desafio exigiria ações bem estruturadas. A finalidade não é assistencial – elas reiteram que não querem "reinventar a roda". Daí vem o trabalho em conjunto com ONGs que já atuam com refugiados, como a adus.org.br e a refugiadosnobrasil.org.

IGUALDADE RACIAL
Inserir mulheres negras em cargos de liderança é uma das missões. Ações como a "Aceleradora de Carreiras" focam na inserção desse grupo no mercado de trabalho. Na Casa das Mulheres do Brasil, sede da entidade em São Paulo, pequenos grupos de todas as etnias já são ensinados a enxergar o negro com respeito e admiração. O plano para o segundo semestre é levar a ação para outros espaços, como escolas, por exemplo.

SUPERAÇÃO E CRESCIMENTO
O Vozes é um programa de palestras e diálogos em universidades e escolas no qual as mulheres do grupo trabalham na criação de modelos e referências para os jovens. O compartilhamento de experiências e de casos de sucesso tem um poder transformador.

VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER
Outro projeto de destaque é o Luzes: na capacitação de cabeleireiros e manicures, esses profissionais – para os quais o diálogo é parte importante do trabalho – são treinados a detectar situações de violência contra as clientes para poder ajudá-las a procurar uma solução.

ILUSTRAÇÃO AGÊNCIA O GLOBO

{Moda}

FFFantástico!

Lançado há um ano, o projeto F is for..., da Fendi, convoca artistas de rua para uma intervenção no topo da sede da grife romana. O resultado é o primeiro produto colaborativo da ideia

Já que o foco das grandes casas de luxo hoje em dia são os millennials, por que não chamar millennials para melhor se comunicar com eles? Essa foi a grande sacada da Fendi ao elaborar o projeto F is for..., em 2017. Para começar, a letra inicial da casa sediada em Roma desdobrou-se em seções de arte, lifestyle, editoriais e crônicas dentro de um hotsite – todas batizadas com palavras começando com F. Em seguida veio uma primeira intervenção artística no rooftop do Palazzo dela Civilità Italiana, QG da Fendi – de onde é possível ter uma vista mais do que privilegiada da capital da bota: um "caligrafite" assinado pelo russo Pokras Lampas. Neste ano, os convocados para pirar no topo do edifício são o britânico Gary Stranger (@gary_stranger), o japonês Casper (@cmkgallery), o americano de origem judaica Hillel Smith (@thehillelsmith), o iraniano Cave (@cave_cave), o chinês Roes (@smilemaker.hk) e o coreano Jodae (@jodae). Cada um escreveu a palavra Freedom [liberdade] em sua língua natal, formando uma junção das palavras em círculo para simbolizar o fim das barreiras entre as culturas e os povos do planeta. A ideia é que o alto do Palazzo seja um espaço de livre expressão para artistas millennials trocarem experiências. Para fechar essa segunda etapa, a Fendi lança uma t-shirt unissex com a estampa da nova arte, primeiro produto derivado do projeto. É claro que a peça só terá venda exclusiva on-line – afinal, é assim que compra a novíssima geração.

Artistas millennials Os street artists da nova geração convocados pela Fendi para o projeto F is for... querem mais liberdade e o fim das barreiras entre os povos

FOTOS DIVULGAÇÃO; REPRODUÇÃO

{Moda}

Seu pedido é um sonho

A Hermès traz ao Brasil a exposição Leather Forever e revela parte do universo dos pedidos especiais de clientes que já têm tudo. Visitamos o ateliê em Paris como aperitivo

O sujeito já tem malas, sapatos, gravatas, cashmeres e lenços Hermès. Um belo dia, decide que precisa renovar todo o projeto do interior de seu barco. Quem ele deve procurar? O gerente da loja Hermès mais próxima, oras. Da butique, o cliente é direcionado ao ateliê Horizon, em Pantin, na região metropolitana de Paris, onde um time de 35 pessoas, entre engenheiros, designers e artesãos, leva até um ano para atender aos pedidos. Motos, skates, maleiros cheios de compartimentos feitos de acordo com as necessidades do comprador, interiores de carros, barcos e helicópteros ou um singelo porta-maçã (sim, é isso mesmo). Quase tudo é possível para Axel de Beaufort, diretor de projetos especiais e entusiasta dos inusitados desejos de seus abastados clientes. De 6 a 22 de abril, a Hermès arma a exposição Leather Forever no shopping Iguatemi, em São Paulo. Nela, será possível ver como trabalham os artesãos e conhecer mais sobre as possibilidades que o couro, material fetiche da marca, oferece.

A **GQ** fez um tour com Axel de Beaufort pelo ateliê parisiense e ele revelou qual foi a encomenda mais excêntrica já feita. "Tivemos grandes desafios, mas um dos que mais me surpreendeu foi o pedido de uma asiática. Ela pediu que desenvolvêssemos um riquixá decorativo para a sala de sua casa", lembra, animado, do episódio com a carroça puxada por gente. "Ele era todo de bambu branco e couro marrom". Entre rolos de couro curtido e estações de trabalho manual, carros dos anos 1920, oficinas de trabalho, assentos de helicóptero e maquetes, estão dois raríssimos carros Voisin C28 Aerosport, de 1935. Um deles está pronto, com todo o interior refeito com o inconfundível couro marrom-natural da tradicional maison francesa. Sem os tratamentos químicos da indústria automobilística, podemos garantir que o perfume é ainda mais delicioso.

O outro exemplar de C28 acabou de chegar. Seu dono combinou com Axel de usar couro azul para remeter ao estilo art déco. Assim como os interiores de barcos e helicópteros, os dos carros não são apenas decoração e acabamento. A Hermès pode também desenvolver

FOTOS EDWARD HENDRICKS

Universo exclusivo
A mostra Leather Forever chega ao Brasil depois de passar por Singapura (à esq.) e outras cidades asiáticas. É um aperitivo das possibilidades de customização que o couro oferece nos ateliês Hermès

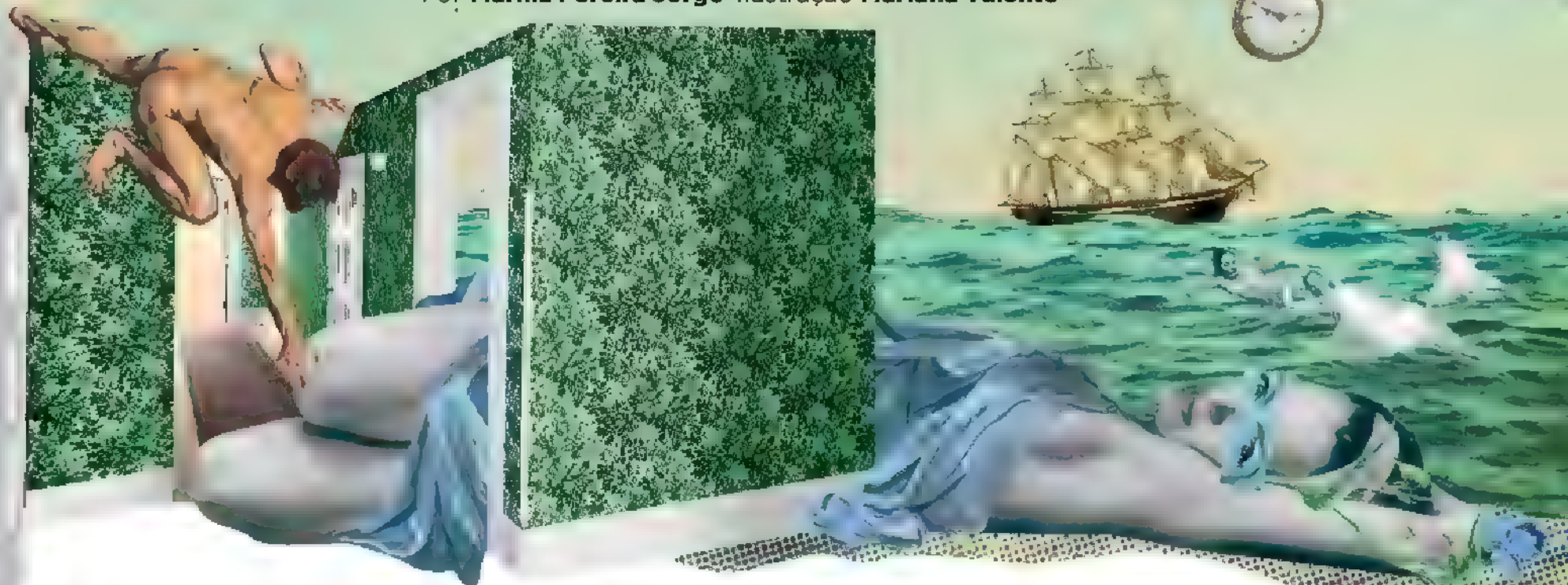
o design e o projeto, assinando de fato a encomenda. "Costumávamos fazer cobranding, com a Bugatti, por exemplo. Mas isso não nos interessa mais", diz. Ele explica que a casa já não quer associar-se a outra marca.

São, em média, 300 projetos especiais por ano. Desses, 90% são de maroquinerie, ou seja, malas e bolsas, principalmente. Mas bicicletas – projetadas pela maison, levíssimas e tecnológicas, além de impecavelmente acabadas –, pranchas de surfe, gaveteiros, suporte para baldes de gelo e até mesas de pebolim – com todos os jogadores pintados a mão, um a um –, já entraram no repertório. "Lembro também do porta-maçã que um amigo quis dar de presente a outro que tinha o hábito de comer uma por dia. É fun, não?" O exclusivo ateliê bespoke da Hermès é a cereja no bolo de um universo de excelência, da constante busca pela funcionalidade e perfeição nos materiais e no acabamento.

{Diálogos}

Sexo? Agora, não

Já passou pela sua cabeça que forçar sua mulher a transar quando ela não está com vontade é violência?

Por **Mariliz Pereira Jorge** Ilustração **Mariana Valente**

Não há melhor vida sexual do que aquela em que a gente pode dizer "não estou a fim". Sem ter que mentir que está com dor de cabeça, atrasada para um compromisso ou estressada. Até porque, na cabeça de muitos homens, estresse se resolve com orgasmo. Muitas vezes, mas nem sempre.

Transar é um saco quando vira obrigação, mas é assim que muitas mulheres se sentem em uma relação estável, como um casamento ou um longo namoro. A gente tem que estar sempre limpinha, prontinha e cheia de tesão na hora que o homem quer trepar. Mesmo que seja um momento em que tudo o que queremos é tomar um banho fresco, vestir uma calçola broxante e assistir a um episódio velho de uma série qualquer.

Quando a gente se dá conta está lá, arreganhada, de quatro, gemendo e fingindo que está bom. Já fui dessas mulheres que só dizem sim. Mas também já acreditei que homem gosta mais de sexo do que mulher e que, se não tem em casa, vai procurar na rua. Já me fiz de morta na cama, quando senti um pau duro me cutucando e ansiava por dormir mais meia hora. Levou certo tempo, mas aprendi a dizer não e também a me relacionar com homens que respeitam o desejo alheio – ou a falta dele – sem se sentirem menos machos.

Nem toda mulher tem esse lampejo de lucidez. As "obrigações sexuais" são dos piores fantasmas que rondam a cabeça feminina. Entram na categoria "segura--marido", como se numa relação saudável houvesse a necessidade de medidas protetivas do casamento. A gente aprende que no pacote "na saúde e na tristeza" há também a cláusula implícita de que temos de topar sexo 24 horas por dia. E os homens crescem acreditando que a disponibilidade em tempo integral para trepar está no "job description" da namorada/mulher.

Somos cria de uma sociedade que prega que, num relacionamento, homem tem que comer e a mulher é obrigada a dar, mesmo que não esteja com vontade. Mas despertar o tesão feminino não é atestado de virilidade masculina. Macho mesmo é o cara que tem sensibilidade para entender e respeitar a vontade da parceira.

É só isso que você precisa saber: que o "não" de agora não é frescura nem provocação. Quando dizemos "não", pode ser muita coisa: sono, cansaço, saco cheio, variação hormonal ou mesmo só falta de vontade. Mas ele não quer dizer que acabou o tesão, o amor, ou que estamos dando para outro.

O "não" de agora é o "sim" de daqui a pouco ou do dia seguinte. Insistir na recusa é assédio emocional. Não adianta pedir "só" um boquete, uma punheta ou sugerir que a moça vire de ladinho porque você quer gozar. Não importa que vocês sejam namorados de longa data, que a relação tenha papel passado ou que ela seja a mãe dos seus filhos. Se ela disser que não quer, aceite.

Já passou pela sua cabeça que transar com uma mulher que não está com vontade é violência? Não faça chantagem, não force a barra e muito menos as pernas da moça para os lados, mesmo que seja "só um pouquinho". Nada disso é prova de amor, nem faz de você é um garanhão – faz de você apenas um babaca.

Dê carinho, ofereça o colo, faça uma massagem, converse. Poucas coisas deixam uma mulher mais molinha e molhada do que sentir-se segura e amada.

GQ Motor

NÃO É SÓ BELEZA

COMO AS EMBAIXADORAS INAUGURAM UMA NOVA ERA NA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

Por Michelle [illegible]

FELINA Mariana Rios acaba de assinar contrato para ser embaixadora da Jaguar

FOTO [illegible] BORGES

A cena se repete toda vez que vamos trocar de carro. Eu e meu marido entramos em uma concessionária e, mesmo que eu saiba praticamente tudo sobre o veículo, o vendedor mal olha para mim. Eu sei, ele não tem obrigação de saber que sou uma jornalista especializada em automóveis, que falo e escrevo sobre eles mais de 8 horas por dia. Mas os comerciantes e fabricantes deveriam saber que 93% das mulheres que compram um carro com seus maridos estão envolvidas na fase da pesquisa.

A informação foi divulgada por um laboratório chamado Different Spin, que falou com quase 50 mil mulheres sobre a experiência delas em concessionárias. Os resultados não foram nada animadores: 90% das entrevistadas disseram que não visitariam uma loja de automóveis sem um homem. Elas também foram convidadas a descrever como eram as suas experiências de compra: "desconfortável", "desagradável", "terrível", "humilhante" e por aí vai.

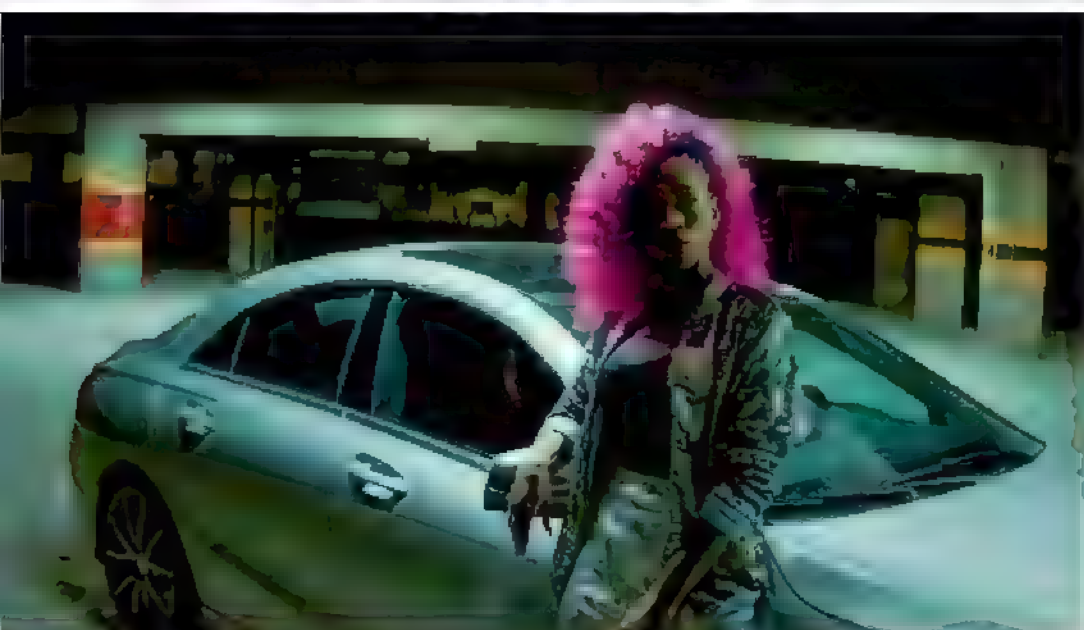
Mas as coisas estão mudando. A discussão sobre a imagem da mulher deixou de ser assunto restrito a universidades, movimentos feministas e fóruns mais fechados. Uma série de marcas – não só de automóveis – prefere mostrá-las independentes, com poder de decisão e liberdade de escolha. No mundo dos carros, mulheres têm ganhado espaço no papel de embaixadoras das montadoras, e não apenas como simples passageiras dos produtos das fabricantes.

"A mulher deixou de ser inserida na publicidade como objeto. Ela não tem de estar no banco do passageiro, ela tem de estar dirigindo um esportivo", diz Evandro Bastos, diretor de marketing da Mercedes-Benz. O executivo coordenou uma campanha estrelada por Karol Conka. Esqueça aquele comercial tradicional protagonizado por um homem, branco, na faixa dos 50 anos, casado, com filhos, ao volante de um sedã. A rapper fala sobre o início da carreira e sobre como precisou lidar com as adversidades da vida.

Os carros da campanha, Classe A, Classe B, CLA e GLA, apareciam apenas em segundo plano. "Queríamos uma mulher bem-sucedida, que representasse ›

"TIVE DIFICULDADES, MAS ELAS SERVIRAM PARA ME DEIXAR AINDA MAIS FORTE"

KAROL CONKA

FOTOS MANUEL NOGUEIRA, DIVULGAÇÃO

Tudo delas
Anitta (*no alto*) juntou-se à atriz Marina Ruy Barbosa como embaixadora da Renault; identificada pela Mercedes como símbolo de força feminina, a rapper Karol Conka foi contratada para ser embaixadora da marca

A atriz **Mariana Rios** é a mais recente estrela a assumir o papel de embaixadora de marca na indústria automobilística. Ela assinou contrato com a Jaguar Land Rover em fevereiro, e neste mês começa a estrelar as campanhas da marca. Ela falou com a **GQ**

GQ O que significa ser embaixadora de uma marca de automóveis, papel antes reservado apenas aos homens?
Mariana Rios Quando surgiu o convite, meus olhos brilharam (risos). Sempre quis muito dirigir, porque significa liberdade para mim. Meu sonho era fazer 18 anos para tirar minha habilitação. Quando entrei em *Malhação*, dez anos atrás, comprei o meu primeiro carro, mas tive de esperar dos 18 aos 23 anos para comprar. Hoje em dia, as mulheres estão em uma posição muito diferente. A gente ainda sofre com a desigualdade – de salário e de oportunidades de trabalho – em relação aos homens, mas creio que o nosso posicionamento está cada vez melhor. Estamos conseguindo superar e conquistar nosso espaço.

Como você aprendeu a dirigir?
Foi num Fusca (risos). Eu estava indo para a fazenda de carro com um grande amigo. Ele estava dirigindo e, já dentro da fazenda, numa estrada de terra, me passou o volante. Você já ouviu falar em mata-burro? São aquelas pontes para o gado não fugir. Quando vai passar por cima daquilo, o carro pode cair, se o motorista errar a manobra. Aí o meu amigo começou a gritar: "o mata-burro, o mata-burro" (risos)! Eu peguei esse carro, mirei, passei direito e não caí. Foi aí que pensei: "eu vou ser boa no volante" (risos).

Você se lembra de alguma história engraçada com um carro?
Quando eu tinha mais ou menos 10 anos, meu pai comprou um Fusca usado. O assoalho enferrujou e fez um buraco. Eu e meu irmão dizíamos que era o carro dos Flintstones (risos). Um dia, a caminho de um show, entrei no carro, tirei meus sapatos – e um deles caiu no buraco! Acabei fazendo o show com o sapato da minha mãe, que ficou descalça, no Fusca, esperando (risos).

BOLA DENTRO
Maria Sharapova com a Porsche: embaixadoras são fenômeno global

o empoderamento feminino, e a Karol tem uma história de evolução de carreira muito grande", conta Bastos. Não deve ter sido nada fácil vencer as barreiras do meio do rap, também muito masculino. "Tive dificuldade de ser levada a sério, mas isso tudo só serviu para que eu me tornasse mais forte e confiante", disse Karol à **GQ**.

Assim como na campanha da Karol Conka, lançada em 2017, outras mulheres foram convidadas a representar as fabricantes – e o motivo deixou de ser apenas o corpo bonito. A tenista Maria Sharapova, ex-número 1 do mundo, é embaixadora da Porsche desde o ano passado. A atriz britânica Naomie Harris, do filme *Moonlight*, foi quem apresentou o novo Range Rover Evoque conversível em 2016. Um ano antes, Cláudia Leitte foi contratada para representar a Mercedes. Anitta virou embaixadora da Renault no início deste ano, juntando-se à atriz Marina Ruy Barbosa. Em sua primeira campanha publicitária para a marca, que estreou no mês passado, a cantora faz o papel de uma mulher de negócios.

Nina Dragone também é exemplo do começo da mudança no setor automotivo, mas em outra frente: estímulo à liderança feminina. A diretora de marketing e produtos da BMW Brasil tem dez anos de empresa e é uma das 19 mulheres com cargo de gestão da marca. "Nós continuamos sendo minoria, mas estamos aqui. A gente precisa desenvolver, incentivar e estar do lado dessa bandeira. É até cafona colocar a mulher como objeto. Não existe mais espaço para isso, nem no mercado automobilístico, nem no mercado publicitário."

Para comprovar a tese de Nina, no começo deste ano, a Fórmula 1 decidiu abolir as grid girls de suas provas. As modelos eram responsáveis por carregar as bandeiras com as escuderias antes das corridas ou, ainda, acompanhar os pilotos e a equipe técnica com um guarda-chuva para protegê-los do sol ou da chuva. A BMW fez algo muito parecido no ano passado. Durante o Salão do Automóvel de São Paulo, a marca contratou modelos masculinos para ficarem ao lado dos carros. Os tempos são outros, amigos. Ainda bem. **GQ**

FOTO DIVULGAÇÃO

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST
CASA VOGUE
UMA EDIÇÃO
SUSTENTÁVEL, SIM.
LINDA TAMBÉM.
CASA VOGUE DE
MARÇO –
JÁ NAS BANCAS!

CONDÉ NAST
INTERNATIONAL | LUXURY CONFERENCE

THE LANGUAGE OF LUXURY

LISBON 2018

18-19 APRIL 2018, PÁTIO DA GALÉ, LISBON, PORTUGAL

THE PREMIER EVENT FOR THE INTERNATIONAL LUXURY AND FASHION INDUSTRY

Hosted and curated by Suzy Menkes, International Vogue Editor, the Condé Nast International Luxury Conference is the leading event for decision makers from the fashion and luxury industry.

500 senior attendees from over 30 countries will gather in Lisbon for two days of learning, networking and discovery.

FIND OUT MORE AND SECURE YOUR PLACE NOW AT CNILUXURY.COM

Guest speakers include:

H.E. António Costa
Prime Minister of the Portuguese Republic

Alexandre Arnault
Co-CEO, RIMOWA

Christian Louboutin

Maria Grazia Chiuri
Artistic Director, Christian Dior

Federico Marchetti
Founder, YOOX, Chief Executive Officer YOOX NET-A-PORTER Group

Claus-Dietrich Lahrs
Chief Executive Officer, Bottega Veneta

Giambattista Valli

Mark Shapiro
Co-President, WME IMG

Philipp Plein

Hilary Swank
Founder, Mission Statement

Paula Amorim
Owner and Chairman, Amorim Luxury Group

Michele Norsa
Member of the Board of Directors, Ermenegildo Zegna; Vice Chairman, Biagiotti Group

Adrian Cheng
Executive Vice Chairman, New World Development

Marta Marques and Paulo Almeida
Founders, Marques'Almeida

Johnny Coca
Creative Director, Mulberry

Alexandre Birman
Chief Executive Officer, Arezzo & Co

Carlos Jereissati
Chief Executive Officer, Iguatemi

Hervé Pierre

Felipe Oliveira Baptista
Creative Director, Lacoste

Ara Vartanian

Sabine Getty

Gabriela Hearst

Simone Rocha

Vania Leles
Founder, VanLeles Diamonds

Uché Pézard
Chief Executive Officer, Luxe Corp.

Simona Cattaneo
Chief Marketing Officer, Coty

Marisa Berenson
Founder and President, Marisa Berenson Cosmetics

Alfredo Orobio
Founder, Away to Mars

Sophie Hackford
Futurist

Stefan Siegel
Founder and CEO, Not Just A Label

Sofia Lucas
Editor-in-Chief, Vogue Portugal

Manuel Arnaut
Editor-in-Chief, Vogue Arabia

Eugenia de la Torriente
Editor-in-Chief, Vogue España

Karla Martinez de Salas
Editor-in-Chief, Vogue Mexico/Latin America

@CNILuxury
@SuzyMenkesVogue

HOST PARTNER
DRINKS SPONSOR
EVENT SPONSORS

Ícone renovado

Perguntamos às mulheres qual a combinação que elas não aguentam mais ver nos homens. Resposta: camisa xadrez com jeans. Mas não precisa abandonar a sua peça do coração. Veja como dar um upgrade para situações casuais e formais

FOTOS **MICHELLE RUE**
STYLING **GI MACEDO**

Monocromia
Dica preciosa para uma perfeita harmonia visual: escolha um costume da cor predominante da camisa.

Toque de atualidade
Para tornar a nova proposta ainda mais cool, encurte a barra da calça e calce um par de sneakers discretos, que você deve usar sem meias.

MÃOS À OBRA

Já que é a maneira excessivamente casual como você usa a sua camisa xadrez que incomoda as moças, que tal uni-la a um bem-cortado costume de trabalho?

Costume **Burberry** R$ 7.295 | Camisa **Aramis** R$ 389 | Gravata **Docthos** R$ 89,90 | Tênis **Calvin Klein** R$ 370 | Relógio **Movado** R$ 850

Alinhado
A monocromia joga a seu favor e alonga a silhueta, além de compensar o DNA casual da camisa.

Atualize-se
Atenção para a nova modelagem das calças de alfaiataria: elas levam pregas e têm pernas mais folgadas.

Destaque
Aposte no feliz casamento entre alfaiataria e sneakers. Escolha uma cor contrastante para valorizar a ideia.

CASUAL, PERO NO MUCHO

A alfaiataria pode, sim, ser usada de maneira esportiva. Ela inclusive evita que o resultado final ganhe ares desleixados.

Costume **Ermenegildo Zegna** preço sob consulta | Camisa **Lacoste** R$ 399 | Regata **Gucci** R$ 1.690 | Tênis **Converse** R$ 259,90

GRAND CRU

A cartela de vinhos é hit do inverno. Vá preparando o seu e busque bons complementos para a sua camisa de tons avermelhados.

Jaqueta **Bottega Veneta** R$ 7.000 | Camisa **Triton** R$ 358 | Suéter **Giorgio Armani** R$ 2.250 | Calça **Levi's** R$ 259,90

Essencial
Uma jaqueta básica e esportiva com detalhes que imitam cobra pode salvar a produção.

Ilusão de ótica
Com a monocromia, dá até para usar a camisa para fora da calça; o efeito alinhado não muda.

Modernize
Para ajudar na renovação desta camisa, feche todos os botões do colarinho. O efeito street é instantâneo.

Ultraboost
Repare a diferença que faz combinar a camisa com peças esportivas e de cores elétricas em vez de escolher o básico terno cinza.

ENERGIA ALTA

Até mesmo a comportada camisa quadriculada de colarinho americano pode ganhar vida nova em produções esportivas.

Jaqueta **Burberry** R$ 2.495 | Camisa **Polo Ralph Lauren** R$ 480 | Calça **Z Zegna** preço sob consulta

Versão 2.1
Ícone dos costumes de abotoamento cruzado dos mafiosos e banqueiros, a risca de giz volta em peças de corte menos formal.

Listras pra que te quero!
O vaivém de traços nesta produção ganha tempero extra, já que a camisa tem grafismos de espessura diferente em relação ao casaco e à calça.

Tá liberado
Continua sendo falha grave deixar as mangas cobrirem as mãos no caso de blazers e paletós, mas o efeito oversized é cool quando adotado nos casacos.

MIX 'N' MATCH

A clássica risca de giz está de volta em versão street. Listras e xadrezes conversam muito bem, guardadas algumas noções cromáticas e de estilo na produção.

Casaco **Versace** R$ 8.660 | Camisa **Polo Ralph Lauren** R$ 690 | Calça **Calvin Klein Jeans** R$ 399 | Tênis **Lacoste** R$ 739

Coordenação de moda
Gabriel Fer[illegible]an[illegible]
Produção de moda
Clessi Cardoso
Grooming
Liege Wisniewski (ODMGT)
Modelo
Weder W[illegible]iam
Direção de arte
Carolina Goulart
Assistentes de fotografia
Pedro Pradella e Liniker Paranhos

GQ Manual
ARTE CLÁSSICA
2
1

1. FREDERIQUE CONSTANT SLIMLINE AUTOMATIC
Preço R$ 11.289,42

2. JAEGER--LECOULTRE MASTER ULTRA THIN DATE
Preço R$ 66.000

3. ROLEX CELLINI
Preço R$ 85.900

PRODUÇÃO DE MODA GABRIEL FERIANI | OBJETOS DE CENA MINHA AVÓ TINHA

4

Costume
Z Zegna
Preço sob
consu ta

PEÇA-CHAVE

LAVOU, TÁ NOVO!

Suas preces foram atendidas: já inventaram um costume que você mesmo pode lavar em casa, na máquina, colocar para secar e (praticamente) sair usando. O novo Wash & Go, da Z Zegna, vem em tecido tecnológico azul-marinho, cor oficial e obrigatória dos costumes de trabalho. Genial, não?

PRÁTICO
O Wash & Go vem com uma bolsa para ir à maquina de lavar. Secou? Passe um steamer para tirar eventuais amassados e calce belos sapatos. Voilà!

FOTO DIVULGAÇÃO

VOGUE
& ESPM
APRESENTAM
CURSO DE ATUALIZAÇÃO
MARKETING DE
LUXO
AULAS TEÓRICAS · PALESTRAS · VISITAS TÉCNICAS
INÍCIO
02/04
VAGAS
LIMITADAS
INSCREVA-SE

SEM TABU

Regata cool, calça cargo alinhada, cueca boxer neutra e tênis de performance, mas elegante. Sim, é possível acertar com as peças mais polêmicas do closet masculino Foto **Deborah Maxx**

Regata Gucci R$ 1.690 | Calça Replay R$ 599 | Cueca Casa das Cuecas R$ 49,90 | Tênis New Balance para Art Walk R$ 499

LIBERDADE, IGUALDADE, FRATERNIDADE

Há cada vez mais mulheres fazendo moda masculina, em um segmento que não para de crescer. Sinal de um maior equilíbrio de forças?

POR **SYLVAIN JUSTUM**
ILUSTRAÇÃO **MARIANA VALENTE**

A bomba que fechou a última temporada de moda masculina em Paris não veio das passarelas. A notícia de que Hedi Slimane assumiria o estilo da ultrafeminina Céline, com direito ao lançamento de uma inédita linha masculina, agitou os editores. O zunzunzum tinha razão de ser: a antecessora Phoebe Philo imprimiu forte assinatura na Céline com uma moda que mesclava alfaiataria com peças extremamente femininas. Total expectativa com o que está por vir das mãos de Slimane, com sua estética mais rock'n'roll e comercial. Até aí, você dirá, é mais um homem assumindo o estilo de uma marca feminina. Certo, mas o foco aqui é outro. A questão não está apenas na nova porção masculina da Céline, mas também nas demais linhas para homens que outras grifes, reconhecidas por sua veia feminina (feminista?), estão lançando, com mulheres poderosas na direção criativa.

Stella McCartney estreou no universo masculino no fim de 2016 com uma coleção que subvertia os clássicos em uma pegada streetwear e estreitou os laços entre casual e formal. No ano passado foi a vez de Isabel Marant – que conquistou as mulheres com a moda boho – apresentar em Paris a sua primeira coleção para eles. Em Londres, nomes jovens e relevantes do line-up local, como Astrid Andersen e Lou Dalton, focaram suas carreiras na criação de roupas masculinas. Sem falar de Véronique Nichanian, que há mais de duas décadas assina a impecável moda homem da Hermès.

Esse movimento não acontece à toa. O segmento de moda masculina cresce ano após ano, estimulando a formação de novos designers focados nesse universo. No último prêmio anual que o grupo LVMH concede a jovens talentos, de 21 nomes contemplados, dez eram estilistas de moda masculina, nove faziam feminino e dois desenhavam para ambos. Detalhe: entre os dez nomes focados em masculino, há duas mulheres.

Se ainda não podemos celebrar a igualdade de postos no comando das grandes marcas de luxo, esse crossover de interesses não deixa de ser saudável. O avanço do conceito sem gênero e a importância crescente das marcas independentes no mercado tendem a melhorar ainda mais o cenário. Fazemos gosto. GQ

TEMPO DE OUVIR

CADA UMA À SUA MANEIRA, AS FEMINISTAS TAÍS ARAÚJO, CAMILA PITANGA, LEANDRA LEAL E BRUNA LINZMEYER DEFENDEM O MESMO ARGUMENTO: A PALAVRA AGORA É DAS MULHERES

Por **NATÁLIA LEÃO** Fotos **CASSIA TABATINI**
Styling **GI MACEDO**

“O FATO DE EU ME DECLARAR COMO UMA MULHER LÉSBICA É UM ATO POLÍTICO. MAS EU NÃO SOU SÓ LÉSBICA. NÃO CAIBO NESSAS CAIXINHAS. SOU UM SER LIVRE”

Regata **Cartel 011** | Calça **Philosophy** para **Nk** | Sutiã **Hope** | Brincos **Guerreiro** | Anéis **Acervo Pessoal**

urante muito tempo, as mulheres não foram ouvidas e nem eram levadas a sério se ousassem dizer suas verdades sob o poder dos homens, mas esse tempo acabou!" A frase é parte do discurso feito pela apresentadora norte-americana Oprah Winfrey na edição deste ano do Globo de Ouro – aquele que gerou burburinhos sobre uma possível candidatura da estrela da TV à presidência do país –, realizado na esteira das denúncias contra o megaprodutor Harvey Weinstein (leia mais na página 92). Além de contundente, a manifestação da apresentadora pode servir como resposta a uma das dúvidas masculinas mais frequentes no debate: qual é, afinal, o papel dos homens no feminismo?

Não é preciso levar a discussão a Hollywood para desanuviar as ideias. Hoje, ela é global, é brasileira. As atrizes Bruna Linzmeyer, Camila Pitanga, Leandra Leal e Taís Araújo, estrelas de capa da **GQ** neste mês, são quatro feministas autodeclaradas, cada uma em seu lugar de fala, e todas têm uma opinião em comum sobre essa dúvida masculina: "O grande papel do homem agora é escutar". A declaração, dada por Leandra Leal durante o ensaio para a revista, em uma tarde de fevereiro, em São Paulo, resume o raciocínio de suas colegas – e resume também os argumentos apresentados ao longo de toda esta edição.

Taís Araújo complementa: "Melhorar a escuta, estabelecer um diálogo honesto e aberto é o primeiro passo. Nesse diálogo, as pessoas vão escutar coisas que não vão gostar, mas é importante saber que não é nada pessoal – é para nos reestruturarmos enquanto sociedade, para ficar bom para todo mundo". Camila e Bruna seguem o raciocínio. "As mulheres estão perdendo o medo de falar, de reivindicar seus direitos, e estou vendo cada vez mais homens querendo escutar, repensar", diz a primeira. "Com certeza, um homem pode ser feminista. Todos podemos. A luta feminista é a luta pela igualdade de gêneros. Mas é importante na perspectiva do homem, mesmo aquele que já se diz feminista, ouvir o que a mulher tem a dizer", completa a segunda.

Leandra é reconhecida nos debates pró-feminismo. Tem se manifestado publicamente em artigos, entrevistas e em seus perfis nas redes sociais sobre assuntos como direito ao poder de decisão sobre o próprio corpo e ao aborto. "Eu não acho que estou no papel de ensinar algo aos homens", ela diz. "Acho que esse novo normal tem de ser construído meio a meio. Mas algumas questões são nossas, femininas, e têm de ser radicais. O direito da mulher ao seu corpo, por exemplo, tem de ser radical. Não dá para uma comissão de 18 homens chegar agora e dizer que a mulher não tem direito a abortar. Simplesmente não dá!", defende.

A voz de Taís tem sido bastante ouvida nas questões de gênero e raça. Mãe de dois filhos, um menino e uma menina, ela causou comoção ao discursar no seminário TEDXSão Paulo, em agosto do ano passado. "Quando engravidei do meu filho, fiquei muito, mas muito aliviada de saber que no meu ventre tinha um homem, porque eu tinha a certeza de que ele estaria livre de passar por situações vivenciadas por nós, mulheres. Teoricamente, ele está livre. Mas meu filho é um menino negro, e liberdade não é um direito que ele vai poder usufruir. Se ele andar pelas ruas descalço, sem camisa, sujo, saindo da aula de futebol, ele corre o risco de ser apontado como um infrator, mesmo aos 6 anos de idade. No Brasil, a cor do meu filho é a cor que faz com que as pessoas mudem de calçada, escondam suas bolsas e blindem seus carros. A vida dele só não vai ser mais difícil do que a da minha filha." A avalanche de ataques à atriz surgiu assim que o vídeo da palestra começou a circular na internet, em novembro. "Taís Araújo >

QUAL O PAPEL DOS HOMENS NO DEBATE SOBRE O FEMINISMO? MAIS QUE TUDO, ESCUTAR

Paletó (com lenço embutido) **Docthos** | Tricô de gola rulê **Wolford** | Cinto **Louis Vuitton**

Na página ao lado: Colete, calça e cinto **Louis Vuitton** | Brincos **Ana Khouri** | Anéis **Jack Vartanian**

“O PROBLEMA DO ASSÉDIO ACONTECE NA PELE, NO DIA A DIA. ACHEI QUE ERA O MOMENTO DE DAR AS MÃOS, NÃO FICAR SÓ NUMA PESQUISA INTELECTUAL”

“O DIREITO DA MULHER AO SEU CORPO É RADICAL. NÃO DÁ PARA UMA COMISSÃO DE 18 HOMENS DIZER SE A MULHER PODE OU NÃO TER DIREITO AO ABORTO”

Blazer **Burberry** | Camisa **Saint Laurent** | Brincos **Jack Vartanian** | Sutiã **Hope**

Na página ao lado: Top **Dolce&Gabbana** | Calça **Céline** para **Nk** | Sapatos **Michael Kors** | Pulseira **Christian Dior** | Anéis **Tiffany & Co.**

Camisa **Céline** para **Trash Chic** | Vestido **Chloé** para **Nk** | Anel **Vivara** | Brincos **Jack Vartanian**

Na página ao lado: Costume **Dolce&Gabbana** | Top **Wolford** | Sandália **Gucci** | Anel **Vivara** | Brincos **Jack Vartanian**

“FIZ TANTA CENA QUE NÃO QUERIA TER FEITO. ACEITEI PORQUE ACHAVA QUE IA SER CORTADA. MAS AGORA PERCEBO: FIZ SEM A MENOR NECESSIDADE”

e o marido, casal vitimista. Faturam milhões em publicidade e agora usam os filhos para se vitimizar", escreveu um internauta no Twitter. Mais uma evidência de que muitas vezes o convite ao diálogo tem sido respondido não com espírito aberto, mas com brados raivosos.

Bruna Linzmeyer, por sua vez, que no ano passado declarou-se bissexual, tem levantado a bandeira das mulheres homossexuais, bi e trans. E ela tem clara noção do peso de suas manifestações na luta por igualdade. "O fato de eu me declarar mulher lésbica é um ato político", disse ela em um dos intervalos de sua sessão de fotos, também realizada em São Paulo. "Eu não sou só lésbica, eu não caibo em nenhuma dessas caixinhas. Sou um ser humano livre. Mas dar nome a essas caixinhas é importante para podermos jogar luz sobre elas." Mesmo com a virulência de manifestações como as que surgiram com a divulgação do discurso de Taís Araújo, Bruna soa otimista. "Estamos fazendo uma curva positiva no mundo, e isso passa pela segurança que tenho de estar falando isso tudo agora. Cinco anos atrás, eu não podia, como mulher, como mulher lésbica, falar. Agora posso."

Camila Pitanga é uma figura agregadora e disseminadora de discursos. Não à toa, abriu as portas de sua casa, no Rio de Janeiro, para aulas semanais sobre temas ligados ao feminismo com a filósofa e ativista Djamila Ribeiro (leia mais na página 25).

SURGE AGORA O MOVIMENTO "NÃO VAMOS MAIS TAPAR OS OLHOS", CONTRA O ASSÉDIO NOS SETS DE PRODUÇÃO

"Criei esse grupo porque achei que era importante a gente conhecer melhor o feminismo, ter mais referência, trocar ideias, se provocar junto. Quando teve aquela sinergia do Mexeu com Uma, Mexeu com Todas, diz ela, fazendo referência à campanha que se criou no ano passado com a denúncia de assédio feita pela figurinista Su Tonani contra o ator José Mayer, "achei que era o momento de dar a mão, trocar confidências, não ficar só numa pesquisa intelectual, porque o problema não acontece só nesse campo, acontece na pele, no dia a dia".

Cada uma à sua maneira, as quatro exercem o feminismo, e essa batalha vai ganhar um novo capítulo em breve. Desde o ano passado, produtores e produtoras, roteiristas, atores, atrizes e entidades ligadas à indústria trabalham na criação do movimento Não Vamos Mais Tapar os Olhos. Depois de meses de debates, a primeira reunião do grupo aconteceu em janeiro. A próxima está agendada para este mês, na sede da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro), em São Paulo. Do encontro devem sair as diretrizes finais de trabalho do movimento.

Mais do que reforçar a mensagem pelo fim do assédio sexual, o movimento trabalha na criação de um código de conduta a ser adotado por profissionais, produtoras e contratantes. A ideia é criar uma espécie de modus operandi da indústria do audiovisual, tanto para evitar casos de assédio quanto para agir quando surgir uma denúncia de um episódio do gênero. "Digamos que você esteja fazendo um filme e seu principal ator assedia uma funcionária da equipe. Que medidas serão tomadas? A quem essa funcionária vai recorrer? É esse tipo de coisa que queremos estabelecer", diz Betão Gauss, sócio da Prodigo Films e um dos coordenadores do Não Vamos Mais Tapar os Olhos. O grupo vai produzir um vídeo de orientação para ser distribuído entre os profissionais e produtoras. Com a participação dos principais sindicatos da indústria do audiovisual – a interlocução com as entidades tem sido feita pela Apro –, o movimento quer que os pontos discutidos na montagem do Não Vamos Mais Tapar os Olhos passem a fazer parte das cláusulas dos contratos do setor. "O assédio não pode mais acontecer em nossa indústria. Ter essas quatro atrizes como parte do movimento dá um peso enorme. A mensagem vai chegar a muito mais gente", afirma Gauss.

Durante nossa entrevista, em uma manhã de domingo, no Rio de Janeiro, Taís Araújo relembra situações em sua carreira que gostaria de esquecer. "Foi tanta cena que eu fiz e não queria ter feito. Fiz porque achava que ia ser cortada", conta a atriz. "A verdade é que aquela única cena não ia definir a personagem, mas eu tinha medo, tinha um sonho. A quantas coisas eu disse sim e me violentei para poder chegar onde estou hoje? Agora percebo: fiz sem a menor necessidade. 'Essas coisas acontecem porque é assim que é', eu pensava. Mas não pode mais ser, a gente precisa redesenhar isso". Afinal, como disse Oprah: Time's up! GQ

NEM PRECISA DE DICIONÁRIO

PERDIDO NAS DISCUSSÕES SOBRE FEMINISMO? ESTE PEQUENO GUIA VAI TE AJUDAR A ENTENDER O DEBATE (E A SER UM HOMEM MELHOR)

Por **MILLY LACOMBE** Ilustrações **CAMILA ROSA**

UMA CERTA ILUSÃO DE ÓTICA NOS FAZ ENXERGAR APENAS SEPARAÇÃO, DISTÂNCIA, DIFERENÇA. MAS NÃO SE DEIXE ENGANAR POR PALAVRAS QUE VOCÊ NÃO ENTENDE OU IMAGENS MAL UTILIZADAS: O FEMINISMO DIZ RESPEITO A TODOS NÓS. SE VOCÊ ESTÁ PERDIDO, ELABORAMOS UM PEQUENO GLOSSÁRIO SOBRE ALGUMAS DAS PAUTAS (UMAS NOVAS; OUTRAS, ANTIQUÍSSIMAS) PARA VOCÊ ENTENDER, DE UMA VEZ POR TODAS, DO QUE ESTAMOS FALANDO.

1 Mansplaining

É a combinação das palavras "homem" (man) e "explicando" (explaining) e significa explicar para uma mulher algo que ela já sabe, de forma condescendente. Tipo bonzinho e atencioso, mas deixando claro que o "explicador" sabe mais do que a interlocutora, ainda que ela seja expert no assunto da conversa. A escritora Rebecca Solnit define o mansplaining como "a combinação entre excesso de confiança e falta de noção". É por aí.

2 MANTERRUPTING

Sabe aquele amigo mala que não consegue esperar você terminar a sua história antes de contar a dele? Pois é, se já é desagradável com você, com as mulheres o efeito é ainda pior. Tanto que virou jargão. O fenômeno do manterrupting (homem interrompendo) é a "arte" de se sentir à vontade para atravessar qualquer declaração feita por uma mulher. Como todos nós tomamos machismo na mamadeira, é provável que tenhamos passado por isso homens e mulheres sem perceber. Pode ser executado pelos homens mais doces e gentis. Fique esperto.

3 BOY LIXO

ESTÁ PARA NASCER UM ADJETIVO POSITIVO COM A PALAVRA LIXO. POR ISSO, SE VOCÊ OU ALGUM AMIGO ESTIVER SENDO CHAMADO ASSIM, PASSOU DA HORA DE REPENSAR O JEITO DE LIDAR COM AS MULHERES. O BOY LIXO É O SUJEITO QUE, COMO TANTOS OUTROS MACHISTAS, NÃO ENXERGAM NUMA MULHER QUALQUER COISA ALÉM DE UM OBJETO PARA SATISFAZÊ-LO SEXUALMENTE. A DIFERENÇA É QUE ELE SE VESTE DE VÁRIAS FANTASIAS PARA TENTAR SE ESCONDER. FAZ PAPEL DE BOM-MOÇO, AMIGO, FEMINISTA E CRÍTICO FERRENHO À MISOGINIA. EM GERAL, ENGANA BEM. MAS PRECISA APRENDER QUE A FAMA CORRE RÁPIDO

4 Sororidade

É "amizade" com sentido político. É também o feminino de "fraternidade", já que a raiz vem de "soror", que significa "irmã". A sororidade está na base do feminismo porque ela implica lealdade entre mulheres na luta por direitos, a despeito das diferenças. É saber que nem todas pensam igual ou têm os mesmos objetivos, mas, unidas, podem desmontar eventuais maquinações contra a busca por seus ideais. Respeita as irmã, mano.

5 LUGAR DE FALA

EXPRESSÃO QUE MOSTRA QUE QUEM FALA, E DE ONDE ESSA PESSOA ESTA FALANDO, DEFINEM O QUE ESTÁ SENDO DITO PODE O SUBALTERNO FALAR? ABRIR E GARANTIR ESSE ESPAÇO É PAPEL DO LUGAR DE FALA E POR ISSO SE TORNOU O DISCURSO DA MINORIA POLITICA É A HISTORIA CONTADA PELA NEGRA, PELA LÉSBICA PELA FAXINEIRA E, É CLARO, POR HOMENS ATENTOS AO MUNDO ATUAL LUGAR DE FALA É, EM RESUMO, A DEMOCRATIZAÇÃO DA NARRATIVA

6 CONSENTIMENTO

Não há 50 tons de cinza na palavra "consentimento". O "não" não é um jogo de sedução para chegar ao sim, não é a tentativa de erotizar e não aceita interpretações. Ele sequer precisa ser verbalizado: vale se expressar com o corpo, com os olhos, com as mãos. Agora, outro lembrete importante que não custa ser repetido: mesmo o sim pode virar não em pouco tempo se a mulher decidir que basta. Talvez por isso Deus tenha feito da punheta um recurso tão simples. Nessa hora, o homem está entregue a suas próprias armas – e, vamos combinar, não é tão difícil se masturbar e esperar o sim.

7 GOZO

Um mito contado pelo americano Joseph Campbell frequentemente é utilizado para tratar da diferença entre o gozo masculino e o feminino: Tirésias caminhava pela floresta quando viu duas serpentes copulando. Colocou o seu cajado entre elas e virou mulher. Anos depois, estava na mata quando viu duas serpentes copulando, colocou seu cajado entre elas e voltou a ser homem. Um belo dia, na colina do Capitólio, Zeus e sua mulher discutiam para saber quem extraía mais prazer da relação sexual. Chamaram Tirésias, que logo disse: "Ora, a mulher, nove vezes mais do que o homem". Não há como medir prazer, mas é claro que o gozo é um fenômeno diferente para homens e mulheres. Se para eles existem só dois tipos (pênis e próstata), para a mulher existe uma infinidade: clitorianos, vaginais, anais... O corpo feminino, esse lugar encantado, é mesmo uma tremenda criação.

8

CLITÓRIS

9 SEXO X FAZER AMOR

Tem horas que sexo basta, mas tem outras em que é preciso fazer amor. Sexo é o erotismo em altas e expressas doses: pode ser em banheiro público, no carro, na praia. Fazer amor é ato contínuo e não necessariamente envolve romantismo, penetração ou gozo ainda que os dois últimos sejam sempre bem-vindos. É mais se enamorar pelo corpo da outra pessoa, tratá-lo como um templo, algo tão sagrado que é capaz de abrir portais de percepção e expandir a consciência.

10 FEMINISMO

Para começar, vamos dizer o que o feminismo NÃO é: guerra contra tudo o que seja masculino, luta pelo confinamento de todos os homens e – essa é para quem realmente tem medo da força feminina – desejo secreto de sair por aí cortando paus enquanto seus donos dormem. Tampouco envolve aplaudir mulheres que estejam em situação de poder mas reforcem todos os mecanismos de opressão. Pense na ex-premier britânica Margaret Thatcher e você saberá o que feminismo não é. Para o badalado historiador israelense Yuval Noah Harari, autor do livro *Sapiens*, o feminismo é uma das três maiores descobertas do século 20. Feminismo é o movimento em direção a um mundo em que as energias masculinas e femininas estejam equilibradas. Em resumo, é a árdua batalha por um arranjo social com mais igualdade. Estamos conversados?

OUR BODIES
OUR MINDS
OUR POWER
#NI UNA
MENOS!!

NÃO TEM VOLTA

O MOVIMENTO AINDA É TÍMIDO, MAS COMEÇOU A ACONTECER: A AVALANCHE DE DENÚNCIAS DE ASSÉDIO SEXUAL NO MUNDO JÁ MUDA A GESTÃO DAS EMPRESAS NO BRASIL

Por **CAROL PIRES** Ilustrações **MANUELA EICHNER**

Professora de clássicos na universidade de Cambridge, Mary Beard tem 63 anos e credenciais invejáveis. Estudiosa da religião romana baseada nas cartas de Cícero, ela é autora de 15 livros, edita a seção de clássicos do *Times Literary Supplement* e escreve para a *London Review of Books* desde os anos 80. Numa manhã de julho de 2013, Beard falava sobre ofensas que lhe dirigiam na internet no popular programa de Jeremy Vine, ao meio-dia, na BBC Radio 2, quando um usuário do Twitter respondeu à professora em uma mensagem pública: "Sua velha vagabunda imunda. Aposto que sua vagina é nojenta".

Em novembro passado, Mary Beard lançou *Women and Power – A Manifesto,* seu 15º livro, ainda sem tradução no Brasil, no qual usou sua expertise em estudos clássicos para traçar as tentativas de silenciamento da mulher na história ocidental. No que diz respeito aos casos de ataques virtuais, como o que sofreu, relata que é comum ouvir o seguinte conselho: "Não dê atenção, é isso que eles querem". Para ela, trata-se não só de uma repetição do velho "cala a boca", como "deixe os agressores em um lugar incontestado no debate". Por isso ela não se calou. Naquele dia, retuitou a agressão para seus 42 mil seguidores (hoje já são 147 mil). A repercussão foi devastadora para o autor da mensagem. Outro usuário da rede ofereceu à acadêmica o endereço da mãe do rapaz para contar a ela o que seu filho andava dizendo na internet. O autor do tuíte, Oliver Rawlings, de apenas 20 anos, acabou apagando o comentário e se desculpando.

EM PESQUISA FEITA NO BRASIL COM QUASE 5 MIL PESSOAS, 52% DISSERAM JÁ TER SOFRIDO ASSÉDIO SEXUAL OU MORAL. O SEXUAL É MAIOR CONTRA AS MULHERES

A história de Mary Beard é sintomática dos tempos atuais. Por mais preparada e articulada que seja uma mulher, ainda há tentativas de silenciá-la ou desqualificá-la. Muitas vezes, como no caso dela, atacando sua sexualidade e não o conteúdo do discurso. Ler o livro de Beard na esteira das denúncias contra o magnata de Hollywood Harvey Weinstein é esclarecedor. E joga luz sobre a necessidade de as empresas encararem o problema de frente.

Como se sabe, Weinstein, de 65 anos, sempre foi um manda-chuva na indústria cinematográfica: fundou a Miramax, produziu *Pulp Fiction*, ganhou um Oscar pela produção de *Shakespeare Apaixonado*, cofundou a Weinstein Company e foi produtor-executivo de dezenas de blockbusters lançados nas últimas três décadas. Sabia-se em Holywood que Weinstein era um assediador, mas só no fim de 2017 o jornal *The New York Times* estampou as primeiras denúncias contra ele. Hoje, mais de 100 mulheres o acusam de assédio e estupro. É um indicativo de que a tolerância ao assédio está com os dias contados. Weinstein foi demitido da companhia que fundou. O chefe da Amazon Studios, Roy Price, pediu demissão depois que uma produtora o acusou de assédio e a atriz Rose McGowan afirmou que ele sabia que ela havia sido estuprada por Weinstein e nada fez a respeito. No mundo do stand-up, Louis C.K., ex-comediante, admitiu acusações de que forçava mulheres a vê-lo se masturbando e saiu de cena. Após Anthony Rapp contar ter sido assediado por Kevin Spacey quando tinha 14 anos, o ator foi cortado da próxima temporada de *House of Cards*, deixando a Netflix com um prejuízo de US$ 39 milhões. O dinamarquês Peter Martins, diretor artístico do New York City Ballet desde 1967, aposentou-se do grupo depois que cinco bailarinos o acusaram de abusos verbais, físicos e sexuais.

Em abril passado, Susllem Meneguzzi Tonani denunciou o ator José Mayer por assédio. Ela tinha 28 anos e trabalhava como figurinista na Rede Globo quando Mayer começou a paquerá-la. Em pouco tempo, a paquera virou assédio ("fico olhando a sua bundinha e imaginando seu peitinho", "você nunca vai dar para mim?"). José Mayer foi afastado por tempo inderteminado. Em nota, a Globo lamentou o episódio e disse repudiar toda e qualquer forma de desrespeito, violência ou preconceito e que zela para que as relações entre funcionários e colaboradores se deem em um ambiente de harmonia de acordo com o código de ética e conduta do grupo.

Onde quer que se busque dados sobre assédio, os números e histórias lamentáveis são abundantes. A Comissão de Oportunidade de Emprego Igualitária dos Estados Unidos declara receber mais de 12 mil alegações de assédio sexual a cada ano, sendo 83% das queixas apresentadas por mulheres. Mas essa cifra certamente é apenas a ponta do iceberg, uma vez que estima-se em 75% os casos de assédio em locais de trabalho que passam sem registro. No Brasil, algumas pesquisas começam a revelar a extensão do problema. Das 4.975 pessoas ouvidas por uma pesquisa do site Vagas.com, 52% foram vítimas de assédio sexual ou moral. Enquanto casos de assédio moral foram relatados por homens e mulheres quase na mesma proporção, 80% dos casos de assédio sexual foram denunciados por mulheres. Quantas delas tiveram coragem?

Diante do novo levante feminista, várias empresas estão atualizando seus códigos de ética e conduta. No começo do ano, a Microsoft tornou-se a primeira das empresas mais valiosas do mundo a apoiar um projeto, ainda em fase de discussão no Congresso norte-americano, que garante a qualquer vítima de assédio sexual a possibilidade de levar o caso à justiça ao invés de apenas resolvê-lo por meio de acordos de arbitragem a portas fechadas. Essa prática é considerada uma das razões pelas quais abusadores, especialmente em cargos de chefia, ficam impunes e protegidos por tanto tempo.

QUESTÃO DE TEMPO

Donald Trump, Harvey Weinstein, Roy Price, Kevin Spacey, Louis C.K.: todos foram denunciados por assédio em 2017 (ou até antes disso). Alguns já sofrem as consequências de seus atos; outros, (ainda) não

Mais empresas e organizações acordaram para o problema. McDonald's, Burger King e Walmart assinaram um programa que requer que seus produtores de tomate adiram a códigos que proíbem e coíbem assédio sexual nas fazendas. Outras instituições passaram a oferecer cursos e palestras sobre assédio sexual, criando canais de denúncia anônimos e seguros e estimulando o setor de recursos humanos a criar políticas internas de prevenção, controle e atendimento. O Google, entre outras iniciativas, disponibiliza desde 2013 um curso de conscientização do preconceito involuntário entre funcionários. Afinal, o assédio moral ou sexual é fruto de uma cultura repassada entre gerações, que só será mudada se for compreendida e discutida.

Nos últimos dois meses, a **GQ** perguntou a algumas das maiores empregadoras do Brasil – Petrobras, BRF, Vale, Hospital São Paulo e Gerdau – para saber se há alguma política empresarial para coibir casos de assédio sexual. Apenas a Vale e o Hospital São Paulo responderam: não há.

Aos poucos, isso está mudando. A Lei Anticorrupção, em vigor desde 2013, obriga as empresas a terem um código de ética e as forçou a criar canais de denúncia. A consultoria de compliance ICTS Outsourcing detectou aumento de 50% em seus mais de 200 canais de denúncias instalados em empresas brasileiras entre 2014 e 2017 em relação a comportamentos de abuso de poder, assédio e irregularidades, como fraude e descumprimento de regras internas. As denúncias de assédio sexual representavam 30%, em 2009, e subiram para 48,4%, em 2017. Ou seja: uma em cada duas empresas apresenta ao menos um caso de assédio sexual por ano.

A consultoria Great Place to Work, que avalia o ambiente de trabalho das empresas, aponta que também no Brasil as corporações estão, aos poucos, mudando as políticas internas para coibir o assédio. Cita como exemplo a Cisco, líder mundial de Tecnologia da Informação, cujo código de conduta em relação ao assédio sexual é um dos mais detalhados – há várias instâncias às quais o funcionário pode recorrer, regras rígidas sobre investigação e vários níveis de punição, desde a negativa de uma promoção ao não pagamento de bônus ou demissão.

Como a maioria dos cargos de chefia nos setores público e privado é ocupada por homens, a mudança de cultura é lenta. Especialmente no Brasil, que pontua mal no ranking de igualdade de gênero da Organização das Nações Unidas. Somos o 92º. Isso porque temos apenas 10,8% de mulheres no Congresso e 19% em posições de liderança nas empresas. Entre CEOs, são só 9%.

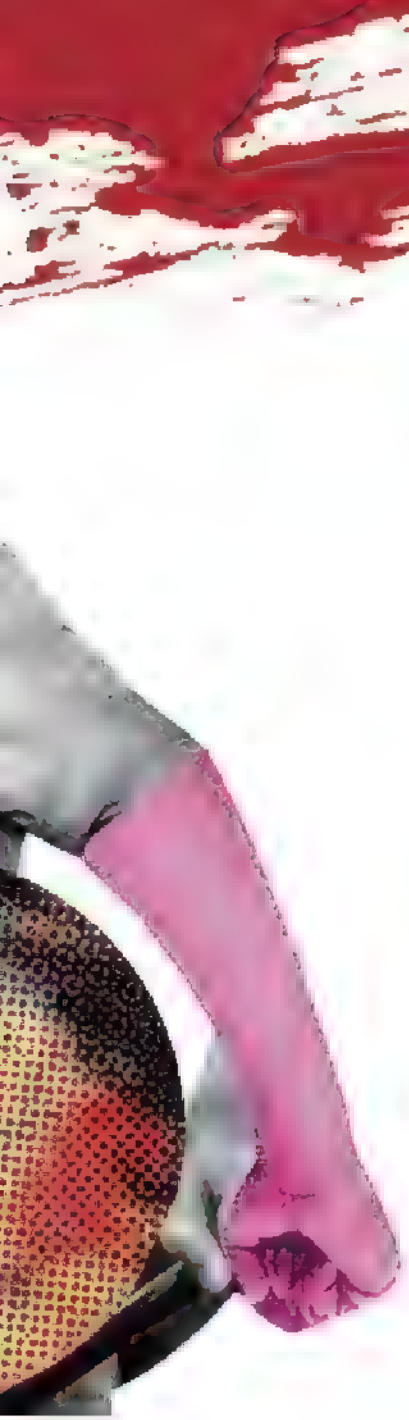
PUNIÇÃO NO BOLSO

Nos Estados Unidos, o valor recorde de uma indenização por assédio sexual, registrado em 2012, é de US$ 168 milhões; no Brasil, elas não costumam passar de R$ 100 mil

Felizmente, as que chegam lá ajudam a alavancar a carreira de outras mulheres. A carioca Gisela Mac Laren, por exemplo, é a única mulher do mundo a comandar um estaleiro, o Mac Laren Oil. Ela começou a trabalhar nos estaleiros do avô aos 15 anos e precisou provar que ser mulher não a impediria de chegar ao topo de uma carreira na qual a maioria dos funcionários são homens. "Como cresci em uma empresa familiar, não sofri o que várias mulheres sofrem todos os dias. No meu caso, onde há competitividade pelo espaço de poder, o homem invariavelmente subestima a capacidade da mulher e prioriza negócios com homens. Dificilmente ele olha para uma mulher e pensa: 'essa aqui é minha parceira de negócios'. Esse foi o cenário onde vivi: ter de mostrar empenho, dedicação, comprometimento e competência dobrada." Hoje, como líder, ela procura pessoalmente mulheres de talento para sua equipe.

Um relatório da consultoria McKinsey com mil companhias de 12 países concluiu que ter mais mulheres em cargos de chefia é bom para os lucros da empresa. No ranking da revista *Fortune* das 50 executivas de maior sucesso nos Estados Unidos, por exemplo, a brasileira Melanie Healey foi figura constante. Até 2015, ela foi presidente da Procter & Gamble para Estados Unidos e Canadá. Hoje, tem a própria consultoria. Healey é amiga e mentora de outra brasileira, Juliana Azevedo. "Acho que nós mulheres nos cobramos ser sempre supermulheres, o tempo todo, em todos os aspectos da vida. É aí que entra a importância de termos líderes inspiradoras, que nos guiem. A Melanie fez isso por mim e me ajudou a crescer como mulher e profissional", conta.

O caso de Juliana Azevedo é especial: ela entrou como estagiária e hoje é presidente da empresa no Brasil. Em todo esse tempo, conta nunca ter sofrido assédio. "Mas entendo que é uma realidade muito particular da P&G, e que, infelizmente, o mercado talvez não esteja no mesmo estágio. Isso faz que nós, mulheres, nos unamos para lutar contra essa diferença ou preconceitos que possam existir."

Hoje, responsável por 3.500 funcionários, Juliana Azevedo procura manter o caminho aberto para outras mulheres. Entre os cargos de chefia da P&G, 45% são ocupados por elas. Além de a empresa contar com programas de coaching, gerentes e diretoras mantêm um grupo inspirado no livro *Lean In*, de Sheryl Sandberg, chefe operacional do Facebook. "É um espaço onde, internamente, discutimos e trocamos experiências, situações ou oportunidades que envolvam a igualdade de gênero, e o que podemos fazer para ajudar

“O MOVIMENTO FEMINISTA É A REVOLUÇÃO BRANCA MAIS BEM-SUCEDIDA DOS TEMPOS MODERNOS”

a deixar o mundo mais justo e igualitário.”

Nos Estados Unidos, as indenizações por assédio sexual podem chegar a milhões de dólares. O recorde foi em 2012, quando um juiz concordou com uma indenização de US$ 168 milhões a uma cirurgiã cardíaca assistente que alegou ter sido acossada por cirurgiões e funcionários do hospital onde trabalhava por anos. No Brasil, esses valores são bem menores. “Nos EUA, eles usam o poder punitivo para esse tipo de caso. Dessa forma, nos casos em que a empresa condenada é bilionária, as indenizações podem chegar a milhões de dólares. Aqui no Brasil varia conforme o caso, mas no geral uma indenização não ultrapassa os R$ 100 mil”, explica a advogada Marina Ruzzi, especializada em casos de assédio. Com a nova reforma trabalhista, ela diz, essas indenizações podem ser ainda menores. “A partir de agora, o valor máximo passa a ser de 50 vezes o salário da vítima, o que torna mais vulneráveis as trabalhadoras pobres e negras, que são numericamente as maiores vítimas do assédio sexual.”

Mas há sinais de mudanças. A primeira ação veio da Quarta Turma do Superior Tribunal de Justiça, que decidiu, em dezembro passado, que as concessionárias que administram os sistemas de transporte público poderão ser responsabilizadas por casos de assédio ocorrido em suas dependências. Já era hora. Pesquisa da Rede Nossa São Paulo mostra que os usuários consideram o assédio um problema mais grave do que a superlotação. No ano passado, Diego Ferreira de Novais ejaculou em uma mulher dentro de um ônibus que circulava pela avenida Paulista e, mesmo já tendo sido acusado 16 vezes por crimes sexuais anteriormente, foi colocado em liberdade porque o juiz José Eugênio do Amaral Souza Neto entendeu que “não houve constrangimento” à vítima.

Para Marina, é uma grande vitória que esse entendimento tenha sido consagrado nos tribunais superiores, “pois realmente cria a ideia de que o assédio sexual não é algo que afeta apenas as vítimas e os assediadores”. Ela acredita que, apesar de a legislação ter avançado com a criação da Lei Maria da Penha, em 2006, e a reforma do Código Penal, em 2009, ainda é preciso buscar muitas melhorias. “Não existe, por exemplo, um crime que identifique o assédio sexual em lugares públicos. Por causa disso, essas condutas ficam em um limbo jurídico entre crimes muito graves (como o estupro) e meras contravenções penais, com penas baixíssimas.”

No livro *Power* (ainda sem tradução no Brasil), escolhido pelo *The New York Times* como um dos melhores de 2017, a britânica Naomi Alderman conta a história de um mundo distópico em que mulheres descobrem um superpoder para atacar assediadores e os homens passam a ser submetidos a situações terríveis: meninos vão a escolas segregadas e homens temem andar sozinhos nas ruas. Alguma semelhança com a realidade das mulheres de hoje em dia não é coincidência. Mas Alderman é otimista. “O feminismo tem sido a revolução branca mais bem-sucedida dos tempos modernos”, escreveu recentemente.

Na última premiação do Globo de Ouro, quando Oprah Winfrey decretou que “o tempo dos abusadores acabou”, atrizes se vestiram de negro em protesto contra o assédio e chamaram atenção para o machismo na indústria do entretenimento, mas o silêncio dos homens na festa também fez ruído. Não seria hora deles também se engajarem no #MeToo? Quando as denúncias contra Harvey Weinstein começaram a surgir, a hashtag deu voz também a mulheres comuns que não tinham para quem denunciar os abusos sofridos.

Seria alentador se homens relatassem as vezes em que não aceitaram um não como resposta, encurralaram colegas de trabalho e as difamaram quando foram rejeitados, admitindo que estão dispostos a mudar. Depois que a professora Mary Beard expôs seu ofensor, Oliver Rawlings, ela disse em uma entrevista que já o havia perdoado e que até tomaria um café com ele. Feito: os dois almoçaram e ele pediu desculpas pessoalmente. Logo depois do incidente, o jovem se graduou e começou a buscar emprego. Mary Beard, então, escreveu uma carta de atestado de caráter para Rawlings. Não queria que ele ficasse sem trabalho porque, afinal, uma simples busca pelo seu nome no Google revelaria a história que para ela estava superada. Hoje em dia, eles são amigos. GQ

SIGA E PENSE

QUATRO PERFIS DE INFLUENCIADORAS DIGITAIS QUE VÃO, AO MESMO TEMPO, NOS TIRAR DA ZONA DE CONFORTO E NOS DEIXAR POR DENTRO DAS DISCUSSÕES DO FEMINISMO CONTEMPORÂNEO

Por **ANTONIA PELLEGRINO**

LOUIE PONTO

- **IDADE** 26 ANOS
- **SEGUIDORES** 900 MIL
- **@pontoloule**

[illegible] tem jeito de menina e fala [illegible] [illegible] de café, chás e gatos, Louie é formada em letras e atualmentefaz mestrado. Seu canal tem 360 mil [illegible] considerando seus perfis em outras redes sociais) e mais de 10 milhões de visualizações. Quase todas as [illegible] em que fala de assuntos como feminismo e sexualidade. É o caso do ótimo "trollei minha mãe dizendo que sou lésbica".

AGORA É QUE SÃO ELAS

> **IDADE** DE 26 A 38 ANOS
> **SEGUIDORES** 23 MIL
> **@agoraequesaoelasblog**

Da fricção entre as ruas e as redes, no fim de 2015 emergiu a hashtag #AgoraÉQueSãoElas. Durante uma semana, colunas de homens em jornais e revistas, blogs e timelines foram ocupadas por mulheres. Somamos 65 milhões de menções em redes sociais e, juntas, tomamos a palavra para dizer: o corpo é nosso, e a narrativa sobre a luta por liberdade e igualdade, também. Daí surgiu o blog editado por mim, Manoela Miklos, Alessandra Orofino e Ana Carolina Evangelista. Hoje, somos uma trincheira comprometida em dar voz a uma pluralidade de mulheres, do mainstream aos movimentos sociais, da academia às artes.

RENATA CORRÊA

> **IDADE** 34 ANOS
> **SEGUIDORES** 31 MIL
> **@recorrea**

Renata Corrêa é escritora e roteirista – é dela o roteiro do documentário *Clandestinas*, lançado em 2014, sobre mulheres que já fizeram aborto. Tem um texto que ginga esperto entre palavras e ideias. Irônica e charmosa, ágil e verborrágica sem perder a mão, Renata arrebata seguidores com suas postagens engraçadas e inteligentes no Facebook, onde estão 22 mil de seus 31 mil seguidores nas redes sociais. É uma feminista debochada, para você amar e descobrir que o feminismo pode ser sério sem perder a graça.

HELENA VIEIRA

> **IDADE** 27 ANOS
> **SEGUIDORES** 10 MIL
> **@helena.vie**

Aos 27 anos, a paulista Helena Vieira é uma das principais vozes quando o assunto é gênero. Feminista, trans, culta, pop, é figura frequente em fóruns de discussão sobre sexualidade. No ano passado, destacou-se como consultora da novela *A Força do Querer*, da Rede Globo, que tinha entre suas personagens uma jovem transgênero. "O conservadorismo é um tipo de melancolia, e, em questões de gênero e sexualidade, parte da incompreensão de que existem outras formas de amar." Para fazer pensar.

FOTOS DIGULVAÇÃO, REPRODUÇÃO

ALIADOS DA CAUSA

O QUE APRENDER COM LÍDERES DE DIVERSAS ÁREAS E SUAS EXPERIÊNCIAS NA PROMOÇÃO DA IGUALDADE DE GÊNEROS

Fotos **BRUNA HISSAE** Ilustrações **CAMILA GRAY**

Engana-se quem acredita que o pleito maior das mulheres seja um homem feminista. Esse, aliás, é um erro bastante frequente hoje em dia. Outro equívoco é entender o feminismo como a versão do machismo para as mulheres. Não é. Isso seria o femismo, e seu objetivo, assim como o do machismo, é reduzir o gênero oposto. O que o feminismo busca são aliados, pessoas que entendam a luta por igualdade de gêneros sem tentar se apropriar do discurso alheio.

A seguir, listamos dez homens com esse perfil. Eles foram escolhidos por nossa editora convidada, Antonia Pellegrino, e feministas de grande influência nos debates sobre sexualidade e igualdade de gêneros. A lista traz políticos atentos às causas do feminismo, executivos que tentam reduzir as desigualdades entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, um técnico de vôlei que, há 30 anos, desenvolve atletas de alta performance, e outros. Inspire-se sem receio.

JOSÉ ROBERTO GUIMARÃES

TÉCNICO DE VÔLEI

Bicampeão olímpico com a seleção feminina de vôlei (e uma vez com os rapazes), o treinador comanda a equipe há 15 anos. Mas sua experiência com jogadoras é ainda mais extensa: ele tem um histórico de mais de 30 anos à frente de times femininos. “As mulheres me ensinaram muito mais do que os homens”, afirma o multicampeão.

DRAUZIO VARELLA

MÉDICO E ESCRITOR

Há 12 anos, o médico atende toda semana na Penitenciária Feminina da Capital, em São Paulo. A experiência é descrita em *Prisioneiras*, último livro da trilogia que começou com *Carandiru*. Na obra, ele relata como a desigualdade de gêneros se repete do lado de dentro da cadeia. E reitera: é preciso tratar o aborto como problema de saúde pública.

ESTEBAN WALTER

EXECUTIVO DO GOOGLE

As empresas do Vale do Silício estão no olho do furacão quando o tema é falta de igualdade de gênero e diversidade. Para tentar reverter o problema, algumas, como o Google, têm de investir pesado. “Não há inovação sem diversidade. O caminho é longo, mas irreversível”, diz o diretor de marketing para a América Latina. Uma bela iniciativa é o Women Will, de capacitação de mulheres para postos de liderança.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

POLÍTICO

"Um país como o nosso está atrasado na discussão da questão de gênero como prioridade." O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso fez esta declaração em 2002, ao criar a Secretaria de Estado dos Direitos da Mulher. Foi a partir dela que os governos seguintes puderam criar as leis Maria da Penha e a que trata o feminicídio como crime hediondo.

PEDRO ABRAMOVAY

ADVOGADO

O bilionário investidor George Soros canaliza para a Open Society Foundation boa parte de seus recursos para causas sociais. Só no ano passado, o orçamento da entidade foi de US$ 18 bilhões. No Brasil, quem comanda a ONG é o advogado paulista Pedro Abramovay, um dos mais renomados defensores de causas de igualdade de gênero do país.

RONILSO PACHECO

TEÓLOGO

Ativista que se dedica a assuntos como violência e racismo, o teólogo carioca decidiu também tratar, em artigos, do tema da violência contra a mulher. Evangélico que é, não se esquivou de utilizar a própria Bíblia para apontar como os abusos contras as mulheres são ancestrais. Abordagem original para um mal que se vê até no Antigo Testamento.

ÁTILA ROQUE

PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO FORD

Ele é historiador, foi diretor executivo da Anistia Internacional e, atualmente, lidera a Fundação Ford no Brasil, função em que apoia projetos focados na redução das desigualdades e na promoção da justiça racial. Afinal, diz ele, sabemos que não adianta partir das experiências mais privilegiadas para construir a igualdade entre homens e mulheres.

WALTER SALLES

CINEASTA

O cineasta, que também é acionista da holding Itaú Unibanco, apresentará ainda neste ano a Fundação Ibirapitanga, voltada à área dos direitos humanos. Quem vai comandar a fundação será André Degenszajn, ex-GIFE, a associação dos investidores sociais do Brasil. Uma das linhas de financiamento será voltada à promoção da igualdade de gênero.

MARCELO FREIXO

DEPUTADO ESTADUAL NO RIO

Presidente da Comissão de Direitos Humanos da Assembleia Legislativa do Rio há nove anos, o deputado estadual é autor de projetos como o do aumento das licenças maternidade e paternidade para o funcionalismo fluminense e o que proíbe que detentas deem à luz algemadas. "As coisas não mudam sem luta – e o lugar de fazer isso é a política", diz.

PATRICK MENDES

[illegible]

"Como CEO, é minha missão garantir que a igualdade se torne uma realidade." A afirmação de Patrick Mendes soaria como clichê, não fosse o fato de a Accor Hotels ser uma das melhores empresas do país para as mulheres trabalharem, segundo a consultoria Great Place To Work. No Brasil, em seus 289 hotéis, mais de 50% dos gerentes são mulheres.

SIMPLE LIFE

CONVIDAMOS MULHERES ELEGANTES PARA TRADUZIR EM IMAGENS A NOVA MANEIRA DE USAR A ALFAIATARIA MASCULINA. A RESPOSTA: CASUALMENTE

Fotos **CASSIA TABATINI**
Direção criativa **GIULIANA ROMANNO**
Styling **MANOELA FIÃES**

Tricô **Gucci**
R$ 4.120 |
Calça **Versace**
R$ 4.430

Blazer **Giorgio Armani** R$ 7.550 | Camisa **Renner** R$ 79,90 | Calça R$ 1.297, sandálias R$ 947 e bolsa R$ 1.597 **Osklen**

Na página ao lado: Paletó **Vila Romana** R$ 799 | Macacão **Handred** R$ 640

Casaco **Cotton Project** R$ 419 | Polo **Ermenegildo Zegna** R$ 1.990 | Calça **VR** R$ 430 | Tênis **Osklen** R$ 997 | Relógio 1858 Automatic **Montblanc** R$ 18.000

Na página ao lado: Casaco **Igor Dadona** R$ 1.250 | Camisa **Handred** R$ 399 | calça **Zak** R$ 329

Paletó **Docthos** R$ 747,98 | Tricô **Osklen** R$ 397 | Calça **Polo Ralph Lauren** R$ 610 | Tênis **Acervo** | Mochila **Gucci** R$ 7.850

Na página ao lado: Parca **Prada** preço sob consulta | Camiseta **Trousseau** R$ 170

Paletó **Ermenegildo Zegna** R$ 11.890 | Hoodie **Osklen** R$ 347 | Bermuda **Cotton Project** R$ 359 | Sandálias **Birkenstock** R$ 399,90 | Relógio Seamaster 300 master Co-axial 41 MM **Omega** R$ 23.100 | Óculos **Prada** para **Luxottica** R$ 1.330

Paletó R$ 999 e camisa R$ 339 **Aramis** | Calça **Handred** R$ 399 | Mules **Birkenstock** R$ 329,90 | Relógio 4810 Dual Time **Montblanc** R$ 21.600

Na página ao lado: Paletó **Tommy Hilfiger** R$ 2.279 | Camiseta **Acervo** | Bermuda **Zoomp** R$ 624 | Tênis **Acervo**

Trench coat **Ralph Lauren** R$ 13.800 | Camisa **Levi's** R$ 269,90 | Calça **Giorgio Armani** R$ 3.950 | Relógio Clifton 10278 **Baume & Mercier** R$ 19.800

Na página ao lado: Paletó **Fideli** R$ 1.100 | Camisa **Emporio Armani** R$ 1.900 | Calça **Docthos** R$ 263,98 | Tênis **Acervo**

Modelo
Baptiste Demay (MEGA)
Assistente de moda
Gabriel Feriani
Grooming
Cecilia Macedo (CAPA MGT)
Assistentes de fotografia
Flavia Faustino e Hanna Vadasz

BELEZA

FICA A DICA

Isso não é uma competição, ok? Mas existem truques de beleza, saúde e bem-estar que nós, mulheres, tiramos de letra. Agora é a vez de vocês, homens, descobrirem esses segredos

Por **Natália Leão e Juliana Vaz**
Fotos **Deborah Maxx**

AGRADECIMENTOS MATTEL

REI DO SALÃO

A prioridade pode não ser essa, mas a verdade é que um homem que sabe dançar é muito mais interessante. Com tantos tabus e preconceitos que envolvem a arte, entregar-se à dança é quase transgressor. "A dança atua muito na autoestima e criatividade. Conseguir fazer movimentos difíceis dá uma sensação incrível. Nas danças a dois, ensina a lidar com os próprios erros e com os do par, já que acontece muito improviso", diz Maíra Rodrigues, artista da dança graduada pela UFMG e instrutora de fitdance. A mente também está a todo vapor para conseguir conectar os passos, encaixá--los no ritmo, memorizá-los e obter noções de espaço e equilíbrio. Dançar ajuda ainda a lidar com o estresse da rotina, do trabalho, da ansiedade e a vencer a timidez. "Faça aula de vários estilos e em vários lugares diferentes até encontrar o seu. Muitas vezes, estamos tão tensos na primeira aula que não aproveitamos tão bem. Não se prenda a preconceitos."

DICA

Em dúvida de como começar? O Estúdio Anacã, em São Paulo, oferece mais de uma dezena de estilos.
estudioanaca.com.br

Quer tentar algo inusitado? Experimente as aulas de lindy hop e authentic jazz no estúdio Jazz Lab. Os ritmos fazem parte do estilo swing dances, um conjunto de danças criadas entre as décadas de 1920 e 1950, nos Estados Unidos.
jazzlab.com.br

VOLTE AO CENTRO

Seu maior objetivo na academia é colocar cada vez mais anilhas na barra do supino, conquistar a barriga tanquinho ou costas gigantes? Não importa a sua meta, o primeiro passo é direcionar os exercícios para outra parte do corpo: o core. Nunca ouviu falar? Trata--se do grupo muscular que abrange desde o abdômen até o quadril (são 29 músculos!) e, de forma coordenada, proporciona potência, equilíbrio e coordenação. "Exercitar essa região é fundamental para a progressão segura do treinamento de força, pois manterá o tronco estável e diminuirá a compressão na coluna vertebral, comum do treinamento com pesos. Além de aumentar a performance nos exercícios de puxar e empurrar, dá segurança para todos os tipos de esporte, de uma corrida de rua a uma sessão de surfe", explica Allan Menache, treinador do surfista Gabriel Medina e diretor técnico do estúdio Treinamento Inteligente.

PAÍSES BAIXOS

Não, você não precisa ir ao salão se depilar (a não ser que queira, é claro) – e a verdade é que nem as mulheres precisam. Mas aparar os pelos pubianos não faz mal a ninguém. Você sabia que o correto seria lavar as mãos também antes de urinar? E que é indispensável lavar o pênis com água e sabonete depois do sexo? Secar com papel higiênico ao final da urina, então, é mandatório! Isso tudo fica muito mais prático e fácil com os pelos sob controle e também pode evitar pequenos problemas como fungos e micoses. Ainda temos mais um argumento meramente estético, mas que pode te convencer de vez: o pênis parece maior sem tantos pelos no caminho. Fica a dica.

3 EM 1

Se você fica assustado com a quantidade de cosméticos nas prateleiras da farmácia, saiba que são necessários apenas três passos para uma rotina eficaz de cuidados com a pele: limpeza, proteção e tratamento. "A solução para ter uma pele saudável está em seguir uma rotina básica de cuidados diários", garante a dermatologista Juliana Zimbres.

Limpeza

A poluição faz parte de um conjunto de agentes nocivos que aceleram o processo de envelhecimento cutâneo, aumentando a produção de radicais livres e reduzindo as defesas antioxidantes da pele. "Comece e termine o dia fazendo a limpeza do rosto com sabonetes adequados para o seu tipo de pele. Para descobrir quais produtos usar, consulte um dermatologista."

Proteção

Além das radiações solares (UVA e UVB), há também a infravermelha, presente em tudo o que produz calor, e da luz visível, emitida por lâmpadas e telas de smartphones. "Elas podem provocar queimaduras, envelhecimento precoce, manchas e até causar câncer de pele." Para prevenir tudo isso, não adianta usar protetor só na praia ou na piscina. "Use diariamente um FPS de fator 30, no mínimo, e reaplique a cada duas horas."

Tratamento

É fundamental manter a pele bem hidratada. Melhor ainda se for com cosméticos que desaceleram os processos de enfraquecimento da pele, como degradação do colágeno e da elastina (essa degradação leva ao aparecimento de rugas e flacidez). A boa notícia é que hoje há uma infinidade de produtos multifunção. Consulte um dermatologista e tenha paciência para usá-lo por, pelo menos, três meses, tempo médio para ver resultados.

ESTICA E PUXA

É fato que as mulheres têm alguma vantagem quando o assunto é flexibilidade. Parte disso deve-se à genética: questões hormonais, ósseas e de centro de gravidade deixam as mulheres mais, digamos, "soltas". Mas não use isso como desculpa. A densidade muscular e a formação óssea dão mesmo mais mobilidade para elas, mas é a falta de prática que não permite à maioria dos homens evoluir nesse quesito (leia-se: preguiça de fazer o alongamento diário). "O problema é que, sem exercitar essa habilidade física, a mobilidade articular é comprometida, o que causa problemas posturais e prejudica a execução correta de diversos exercícios. Isso aumenta as chances de lesão", explica Eduardo Netto, responsável técnico da academia Bodytech.

DICA

Aposte no método de liberação miofascial. Nele, utiliza-se o foam roller (rolo de espuma) para liberar as tensões da fáscia (tecido resistente que envolve os músculos e pode impedir a expansão das fibras musculares, atrapalhando a hipertrofia) ao mesmo tempo que trabalha a musculatura abdominal, melhora alongamento e equilíbrio e massageia pontos doloridos. Bastam cinco ou dez minutos diários dos exercícios ao lado (criados para a GQ por Fernanda Eleutério, coordenadora da Metalife Studios) para ganhar muitos anos de articulações saudáveis.

EXERCÍCIO ①

Alongamento de isquiotibiais e glúteos

Apoie uma perna no rolo e cruze a outra perna por cima, abrace o joelho flexionado com a mão contrária e segure por 30 segundos. Repita do outro lado.

EXERCÍCIO ②

Alongamento de ombros e coluna

Deite-se sobre o rolo, estenda a coluna e segure 30 segundos, mantendo a respiração contínua. No final, role o corpo para relaxar. Repita três vezes.

RESPOSTA CERTA

Multicolor
O modelo tem quatro cores de cabedal: preto, branco, cinza e azul-marinho.
R$ 699,90

RESPONSIVIDADE É A PALAVRA DA VEZ QUANDO O ASSUNTO É TECNOLOGIA EM TÊNIS DE CORRIDA

Por **Natália Leão**

ADIDAS FUTURE CRAFT 4D

Em abril de 2017, o Futurecraft era apenas um tênis-conceito, o primeiro de alta performance com entressola desenvolvida por meio de luz e oxigênio, com a tecnologia Digital Light Synthesis. Agora, ele está à venda (apenas em Nova York). O que esperar? Maior energia de retorno da passada, melhor amortecimento – e design, é claro.

A primeira impressão é a que fica
Ainda não há previsão da chegada do modelo ao Brasil. Em Nova York, o tênis custa cerca de US$ 300

NIKE EPIC REACT FLYKNIT

O LANÇAMENTO DESTE ANO DA NIKE PARA CORRIDAS PROMETE DAR AOS TÊNIS A SENSAÇÃO DE MOLAS: A ESPUMA RESPONDE AO IMPACTO IMPULSIONANDO O CORREDOR PARA O ALTO. QUANTO MAIS FORTE A PASSADA, MAIS ENERGIA VOCÊ CONSEGUE DE VOLTA. ELE É 11% MAIS RESPONSIVO QUE O LUNAREPIC LOW FLYKNIT 2. O CABEDAL FLYKNIT, UM CLÁSSICO DA MARCA, SE ADAPTA AO FORMATO DO PÉ.

New Balance
Fresh Foam Lazr Hyposkin

Aqui, o protagonista também é o solado. A New Balance usa o Fresh Foam cortado a laser, com geometria sutil e áreas focais para maior dissolução de impacto. *R$ 479,90*

Asics
Gel-Nimbus 20

Não dá para negar o sucesso do Nimbus (afinal, o modelo já está em sua vigésima versão). Agora ele vem com a tecnologia SpevaFoam, com maior responsividade (olha ela aqui de novo!) para os pés. *R$ 799,90*

Diretor de Redação RICARDO FRANCA CRUZ

Redator-Chefe PATRICK CRUZ

REDAÇÃO
Editores GUILHERME MANECHINI, NATÁLIA LEÃO e PITI VIEIRA
Editor de Moda SYLVAIN JUSTUM Estagiário de Moda GABRIEL FERIANI
Produtor Executivo ENZO AMENDOLA
Assistente Administrativa ANDREA ZILET

ARTE
Editora CAROLINA GOULART Designers LEANDRO BICUDO e LEONARDO MEGNA

DIGITAL
Editora VERRÔ CAMPOS Editor-Assistente FELIPE BLUMEN Repórteres DAPHNE RUIVO e LEONARDO AVILA

COLABORADORES
ALESSANDRA OROFINO, ALEXANDRA FORBES, ANA ROVATI, ANTONIA PELLEGRINO, BRUNA HISSAE, CAMILA GRAY, CAMILA ROSA, CAROL PIRES, CAROLINA CHAGAS, CASSIA TABATINI, CECILIA MACEDO, CLESSI CARDOSO, CREUZA TOLENTINO, CRIS BIATTO, DANIELA TÓFOLI, DEBORAH MAXX, DIDI CUNHA (Arte), DUDI MACHADO, EDU MALTA, ERICA MONTEIRO, FERNANDA BOVE, FERNANDA LOURENÇO, FLAVIA FAUSTINO, FRANÇOISE TERZIAN, GABRIELA CASTRO, GI MACEDO, GISELA GUEIROS, GIULIANA ROMANNO, HANNA VADASZ, JULIA RODRIGUES, JULIANA AMATO (Revisão), JULIANA ROCHA, JULIANA VAZ, KARINA GARCIA, LAURA LA LAINA, LIEGE WISNIEWSKI, LINIKER PARANHOS, MANOELA MIKLOS, MANU FIÃES, MANUELA EICHNER, MARIANA VALENTE, MARILIZ PEREIRA JORGE, MICHELLE FERREIRA, MICHELLE RUE, MILLY LACOMBE, PEDRO PRADELLA, VANESSA SENNA

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

DIRETORA-GERAL
DANIELA FALCÃO

DIRETOR DE CRIAÇÃO
CLAYTON CARNEIRO

MARKETING E CIRCULAÇÃO
Diretora de Marketing GIULIANA SESSO
Coordenadora de Marketing LUCIANA MORAES
Analista de Marketing JESSICA BRITO
Assistentes de Marketing BIANCA FUNARO e CAMILA DIAS
Coordenadora de Marketing e Clientes ANDREA SABINO

PUBLICIDADE
Diretor de Mercado Anunciante LUCIANO RIBEIRO (lucianoribeiro@globocondenast.com.br)
Diretoras de Publicidade MARINA CALADO (mcalado@globocondenast.com.br) e SILVIA CORDEIRO (scordeiro@globocondenast.com.br)
Gerentes de Publicidade DANIELLA GALUPPI (dgaluppi@globocondenast.com.br) e ELIZANDRA PAIVA (epaiva@globocondenast.com.br)
Executivas de Negócios Multiplataforma ANA PAULA NOGUEIRA (apnogueira@globocondenast.com.br), ALESSANDRA HIDALGO (ahidalgo@globocondenast.com.br), CAMILA RODER (croder@globocondenast.com.br), ELEONORA CARVALHAL (eleonorac@globocondenast.com.br), FLAVIA GOZOLI (flaviag@globocondenast.com.br), LUIZ GOMIDE (lgomide@globocondenast.com.br) e NATHÁLIA RODRIGUES (nbarbosa@globocondenast.com.br)
Assistente de Publicidade CAROLINA GARDIN (cgardin@globocondenast.com.br)
Gerente de Projetos Especiais ANITA CASTANHEIRA (acastanheira@globocondenast.com.br)
Coordenadora de Projetos Especiais JAQUELINE FERNANDES (jaqueof@globocondenast.com.br)
Analistas de Projetos Especiais KARINA MENDES (kmcardoso@globocondenast.com.br) e RAPHAEL MIRANDA (rmiranda@globocondenast.com.br)
Coordenadora de Arte AUDIANE AMADA (audianea@globocondenast.com.br), Estagiaria LAIS PRADO, CONTEUDO Edição RENATA PIZA (rpiza@globocondenast.com.br,
Especialista de Arte RAONI FELIX (raonif@globocondenast.com.br), Assistente de Produção LARISSA CARVALHO (larissacs@globocondenast.com.br)
Especialista de Planejamento e Controle Financeiro WUDSON MAZALLA (wmazalla@globocondenast.com.br) Especialista de Inteligência de Mercado DANIEL CHICOTE (dchicote@globocondenast.com.br)
Coordenador de Opec DIEGO RIQUE (drique@globocondenast.com.br)
Analistas de Opec JOHN LUIZ DOS SANTOS (johns@globocondenast.com.br) e RAFAEL MILITELLO (rmilitello@globocondenast.com.br)
Planejamento e Controle de Produção ROBERTO APOLINÁRIO

PUBLICIDADE CENTRALIZADA
Diretora de Mercado Anunciante VIRGINIA ANY
Consultora de Marcas OLIVIA BOLONHA
Diretoria de Negócios Multiplataforma SP ANDREA FLORES, CIRO HASHIMOTO, EMILIANO HANSENN, RENATO CASSIS SINISCALCO e SELMA SOUTO

PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO E BRASÍLIA
Gerente de Negócios Multiplataforma RJ LEONARDO CAMPOS ANDRÉ, MARCELO LIMA, RENATA AGUIAR MELO e ROGERIO PONCE DE LEON
Gerentes de Negócios Multiplataforma DF BARBARA COSTA e LUIZ MANSO

PUBLICIDADE REGIONAL
São Paulo / Interior e Litoral H2F MIDIA com Humberto Vicentini: (19) 99718-8478 (comercial@h2fmidia.com.br)
Minas Gerais ON&OFF MIDIA com Rodrigo Longuinho: (31) 3223-1839 / (31) 9124-0525 (rlonguinho@oneoffmidia.com.br)
Paraná / Santa Catarina YAGUAR PUBLICIDADE E REPRESENTAÇÕES LTDA. com Jean Luc Jadoul: (41) 3336-4619 (jeanluc@yaguar.com.br)
Rio Grande do Sul JAZZ REPRESENTAÇÕES com Patricia Koops: (51) 3030-7777 / (51) 9792-9898 (pkoops@jazz.ppg.br)
Norte / Nordeste A G HOLANDA COMUNICAÇÃO LTDA. com Agimiro Holanda: (85) 3224-2367 / (85) 99983-3472 (agholanda@agholanda.com.br)
Ceará A G HOLANDA COMUNICAÇÃO LTDA. com Agimiro Holanda: (85) 3224-2367 / (85) 99983-3472 (agholanda@agholanda.com.br)
Bahia MUSA MIDIA E PLANEJAMENTO com Diana Falcão: (71) 9962-9832 (dfalcao@musamidia.com.br)
Milão MR. ANGELO CAREDDU – Oberon Media: (39) 02-874543 (contact@oberonmedia.com)
Londres MR. LEONARDO CAREDDU – Oberon Media: (44) 07766256830 (leonardo@oberonmedia.com)
Nova York / Miami MR. ALESSANDRO CREMONA – Condé Nast International: (212) 380-8236 (alessandro_cremona@condenast.com)

ESTRATÉGIAS DIGITAIS
Gerente MARCELA TAVARES (mtavares@globocondenast.com.br) Gerente de Conteudos Digitais ALESSANDRA BLANCO
Analista FERNANDO ARAUJO (fcarvalho@globocondenast.com.br) Editora de Vídeo CECILIA CUSSIOLI

ACERVO DIGITAL E SYNDICATION
STEPHANIE MOURAD (sgmourad@globocondenast.com.br) Assistente de Serviços Editoriais YARA ROCHA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
FREDERIC ZOGHAIB KACHAR, JONATHAN NEWHOUSE, KARINA DOBROTVORSKAYA, RAFAEL MENIN SORIANO, CRISTIANE DELECRODE RIBEIRO, RODRIGO PAVONI e SELMA FERNANDES

GQ BRASIL é uma publicação das Edições Globo Condé Nast S.A.
Avenida Nove de Julho, 5.229, tel.: +55 (11) 2322-4609, fax: +55 (11) 2322-4699, CEP 01407-907, São Paulo-SP
ASSINATURAS São Paulo (11) 3362-2000 e demais localidades (11) 4003-9393*
Fax: +55 (11) 3766-3755 de 2ª a 6ª-feira, das 8h às 21h, e aos sábados, das 8h às 15h
www.assineglobo.com.br
SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE www.sacglobo.com.br
*** Custo de ligação local. Serviço não disponível em todo o Brasil. Para saber da disponibilidade em sua cidade, consulte sua operadora local.**

Uma publicação das EDIÇÕES GLOBO CONDÉ NAST S.A.
Avenida Nove de Julho, 5.229, São Paulo – SP

CONDÉ NAST INTERNATIONAL

Chairman and Chief Executive JONATHAN NEWHOUSE
President WOLFGANG BLAU
Executive Vice President JAMES WOOLHOUSE

O GRUPO CONDÉ NAST DE MARCAS INCLUI

REINO UNIDO
Vogue, House & Garden, Brides, Tatler, The World of Interiors, GQ, Vanity Fair, Condé Nast Traveller, Glamour, Condé Nast Johansens, GQ Style, Love, Wired, Condé Nast College of Fashion & Design, Ars Technica

FRANÇA
Vogue, Vogue Hommes, AD, Glamour, Vogue Collections, GQ, AD Collector, Vanity Fair, GQ Le Manuel du Style, Glamour Style

ITÁLIA
Vogue, Glamour, AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vanity Fair, Wired, La Cucina Italiana

ALEMANHA
Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Wired

ESPANHA
Vogue, GQ, Vogue Novias, Vogue Niños, Condé Nast Traveler, Vogue Colecciones, Vogue Belleza, Glamour, AD, Vanity Fair

JAPÃO
Vogue, GQ, Vogue Girl, Wired, Vogue Wedding

TAIWAN
Vogue, GQ, Interculture

MÉXICO E AMÉRICA LATINA
Vogue Mexico and Latin America, Glamour Mexico, AD Mexico, GQ Mexico and Latin America, Vanity Fair Mexico

ÍNDIA
Vogue, GQ, Condé Nast Traveller, AD

PUBLICAÇÕES EM SOCIEDADE

BRASIL
Vogue, Casa Vogue, GQ, Glamour

RÚSSIA
Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Tatler, Glamour Style Book

PUBLICAÇÕES SOB LICENCIAMENTO

ÁFRICA DO SUL
House & Garden, GQ, Glamour, House & Garden Gourmet, GQ Style, Glamour Hair

AUSTRÁLIA
Vogue, Vogue Living, GQ

BULGÁRIA
Glamour

CHINA
Vogue, AD, Condé Nast Traveler, GQ, GQ Style, Brides, Condé Nast Center of Fashion & Design, Vogue Me

COREIA
Vogue, GQ, Allure, W

HOLANDA
Vogue, Glamour, Vogue The Book, Vogue Man, Vogue Living

HUNGRIA
Glamour

ISLÂNDIA
Glamour

ORIENTE MÉDIO
Vogue, Condé Nast Traveller, AD, Vogue Café at The Dubai Mall

POLÔNIA
Glamour

PORTUGAL
Vogue, GQ

REPÚBLICA TCHECA E ESLOVÁQUIA
La Cucina Italiana

ROMÊNIA
Glamour

RÚSSIA
Vogue Café Moscow, Tatler Club Moscow

TAILÂNDIA
Vogue, GQ, Vogue Lounge Bangkok

TURQUIA
Vogue, GQ

UCRÂNIA
Vogue, Vogue Café Kiev

CONDÉ NAST USA

President and Chief Executive Officer ROBERT A. SAUERBERG, JR.
Artistic Director ANNA WINTOUR

Vogue, Vanity Fair, Glamour, Brides, Self, GQ, GQ Style, The New Yorker, Condé Nast Traveler, Allure, AD, Bon Appétit, Epicurious, Wired, W, Golf Digest, Golf World, Teen Vogue, Ars Technica, The Scene, Pitchfork, Backchannel

Impressão: PLURAL EDITORA E GRÁFICA LTDA.
[illegible]

Distribuição: FERNANDO CHINAGLIA COMERCIAL E DISTRIBUIDORA S.A.
[illegible]

EDITORA ABRIL S.A. [illegible]
[illegible]

AS MARCAS DESTA EDIÇÃO

Adidas
adidas.com.br

Alphorria
(31) 3335-4678
alphorria.com.br

Ana Khouri
anakhouri.com

Aramis
(11) 3611-5141
aramis.com.br

Artwalk
(11) 3664-3820
artwalk.com.br

Asics
asics.com.br

Baume & Mercier
(11) 3068-8082
baume-et-mercier.com/pt

Birkenstock
(11) 3031-3689
birkenstock.com.br

Bottega Veneta
(11) 3047-5757
bottegaveneta.com

Burberry
(11) 3152-6555
br.burberry.com

Breitling
(11) 3198-9366
breitling.com

Calvin Klein
(11) 3817-5702
calvinklein.com

Cartel 011
(11) 3081-4171
cartel011.com.br

Casa das Cuecas
(11) 3868-5273
[illegible]

Céline
celine.com

Converse
[illegible]

Cotton Project
(11) 3062-9986
cottonproject.com

Christian Dior
(11) 3750-4400
[illegible]

Cris Barros
(11) 3082-3621
crisbarros.com.b

Diane von Furstenberg
dvf.com

Docthos
(46) 3547-8000
docthos.com.br

Dolce&Gabbana
(11) 3152-6230
dolcegabbana.com

Egrey
(11) 3060-9305
egrey.com.br

Emporio Armani
(11) 3034-3559
emporioarmani.com

Ermenegildo Zegna
(11) 3152-6633
zegna.com

Fideli
(11) 3616-2323
fideli.com.br

Frederique Constant
(11) 4209-1583
frederiqueconstant.com

Giorgio Armani
(11) 3755-0607
[illegible]

Gucci
(11) 3047 4040
gucci.com

Guerreiro
(11) 2362-1379
guerreiro.com

Handred
(21) 3689-2050
handred.com.br

Hope
(11) 3062-9631
[illegible]

Igor Dadona
(11) 99251-4383
igordadona

Jack Vartanian
(11) 3849-8763
br.jackvartanian.com

Jaeger Le-Coultre
(11) 3152-6640
[illegible]

Lacoste
(11) 3812-8801
br.lacoste.com

Levi's
0800 891 2855
[illegible]

Louis Vuitton
(11) 3060-5099
br.louisvuitton.com

Luxottica
luxottica.com

Michael Kors
(11) 3031-2463
br.michaelkors.com
[illegible]

Montblanc
(11) 3552-8000
montblanc.com

Movado
0800 774 4999
vivara.com.br/
[illegible]

NK
(11) 3897-1500
nkstore.com.br

New Balance
(11) 3051-4981
newbalance.com.br

Nike
nike.com.br

Omega
(11) 3198-9370
omegawatches.com

Osklen
(11) 3813-0572
osklen.com.br

Polo Ralph Lauren
(11) 3137-7399
ralphlauren.com

Philosophy
philosophyofficial.com

Prada
(11) 3078-8326
prada.com

Ralph Lauren
(11) 3198-9470
ralphlauren.com

Renner
(11) 2165-2800
lojasrenner.com.br

Replay
(11) 4280-0049
replayjeans.com.b

Rolex
(11) 3152-6660
rolex.com

Saint Laurent
(11) 3030-5670
ysl.com

Tiffany & Co.
(11) 3815-7000
tiffany.com.br

Tommy Hilfiger
(11) 3060-8994
br.tommy.com

Trash Chic
(11) 3064-4764
trashchic.com.br

Triton
(11) 3085-9089
triton.com.br

Trousseau
(11) 3068-9946
trousseau.com.br

VR
(11) 3081-2919
vr-oficial.com.br

Versace
(11) 3812-9161
versace.com

Vila Romana
(11) 3021-7522
vilaromana.com.b

Vivara
0800 774 4999
vivara.com.br

Viviane Furrier
(11) 3311-7040
vivianefurrier.com.br

Wolford
(11) 3032-5800
wolford.com.br

Z Zegna
(11) 3152-6633
zegna.com

Zak
(31) 3299-2314
zak.com.br

Zoomp
(11) 3078-9475
zoompbrasil.com.br

AS MULHERES DE DESTAQUE DO MÊS

ILUSTRAÇÃO **MARIANA VALENTE**

① MAITÊ PROENÇA
No espetáculo *A Mulher de Bath*, a atriz adotou uma abordagem inventiva e curiosa sobre o feminismo: com sua personagem, uma viúva de cinco maridos à procura do sexto, ela se transporta à Idade Média para tratar de temas como sexualidade, livre-arbítrio e empoderamento feminino. Com o fim da temporada paulistana neste mês de março, a peça segue para o Rio de Janeiro.

② SÔNIA MARIA ANDRADE DOS SANTOS
Em 2011, essa registradora pública e fundadora de ONG dedicada à regularização habitacional de moradores de áreas carentes do Rio não tinha atuação alguma no universo do futebol. Ainda assim, neste início de ano, tornou-se simplesmente a primeira vice-presidente do Vasco em 119 anos. Seu perfil conciliador tem ajudado a apaziguar os ânimos entre grupos rivais no tradicional clube carioca.

③ CHLOE KIM
"Fenômeno". Essa expressão foi uma das mais frequentes para descrever o talento e o feito da norte-americana, uma das grandes personagens dos Jogos Olímpicos de Inverno de PyeongChang, realizados em fevereiro na cidade sul-coreana. Aos 17 anos, ela conquistou uma medalha de ouro no snowboard, desbancando atletas mais experientes.

⑤ GRETA GERWIG
Greta escreveu e dirigiu *Lady Bird*, obra que fez dela (apenas) a quinta mulher até hoje a ser indicada ao Oscar de direção. E mais: por causa das denúncias de assédio contra Woody Allen, disse que vai doar para a caridade o cachê que recebeu em *Para Roma com Amor*, filme do diretor do qual participou.

④ JULIANA AZEVEDO
Em fevereiro, a executiva reforçou uma lista que ainda é restrita: a das mulheres em postos de comando de grandes empresas. No primeiro dia do mês, Juliana Azevedo assumiu a presidência da Procter & Gamble no Brasil, empresa com 3,5 mil funcionários e receita líquida de cerca de R$ 2 bilhões. O timing também transforma a escolha da executiva em uma celebração: em 2018, a P&G completa 30 anos de operação no país.

⑥ ELLEN DE LIMA
A baiana Helenice Teresinha de Lima Pereira de Almeida, ou simplesmente Ellen de Lima, diz que "já nasceu energizada", e isso ficou evidente mais uma vez no último mês, quando a cantora, às portas de suas oito décadas de vida, brilhou como estrela de bloco de carnaval. Ela foi a rainha do Alegria sem Ressaca, bloco criado há 15 anos em Copacabana. Ellen, que começou a carreira em 1950, completa 80 anos em março. Ensina pra gente como se faz, garota!

AS MULHERES DE DESTAQUE DO MÊS

ILUSTRAÇÃO **MARIANA VALENTE**

① MAITÊ PROENÇA
No espetáculo *A Mulher de Bath*, a atriz adotou uma abordagem inventiva e curiosa sobre o feminismo: com sua personagem, uma viúva de cinco maridos à procura do sexto, ela se transporta à Idade Média para tratar de temas como sexualidade, livre-arbítrio e empoderamento feminino. Com o fim da temporada paulistana neste mês de março, a peça segue para o Rio de Janeiro.

② SÔNIA MARIA ANDRADE DOS SANTOS
Em 2011, essa registradora pública e fundadora de ONG dedicada à regularização habitacional de moradores de áreas carentes do Rio não tinha atuação alguma no universo do futebol. Ainda assim, neste início de ano, tornou-se simplesmente a primeira vice-presidente do Vasco em 119 anos. Seu perfil conciliador tem ajudado a apaziguar os ânimos entre grupos rivais no tradicional clube carioca.

③ CHLOE KIM
"Fenômeno". Essa expressão foi uma das mais frequentes para descrever o talento e o feito da norte-americana, uma das grandes personagens dos Jogos Olímpicos de Inverno de PyeongChang, realizados em fevereiro na cidade sul-coreana. Aos 17 anos, ela conquistou uma medalha de ouro no snowboard, desbancando atletas mais experientes.

⑤ GRETA GERWIG
Greta escreveu e dirigiu *Lady Bird*, obra que fez dela (apenas) a quinta mulher até hoje a ser indicada ao Oscar de direção. E mais: por causa das denúncias de assédio contra Woody Allen, disse que vai doar para a caridade o cachê que recebeu em *Para Roma com Amor*, filme do diretor do qual participou.

④ JULIANA AZEVEDO
Em fevereiro, a executiva reforçou uma lista que ainda é restrita: a das mulheres em postos de comando de grandes empresas. No primeiro dia do mês, Juliana Azevedo assumiu a presidência da Procter & Gamble no Brasil, empresa com 3,5 mil funcionários e receita líquida de cerca de R$ 2 bilhões. O timing também transforma a escolha da executiva em uma celebração: em 2018, a P&G completa 30 anos de operação no país.

⑥ ELLEN DE LIMA
A baiana Helenice Teresinha de Lima Pereira de Almeida, ou simplesmente Ellen de Lima, diz que "já nasceu energizada", e isso ficou evidente mais uma vez no último mês, quando a cantora, às portas de suas oito décadas de vida, brilhou como estrela de bloco de carnaval. Ela foi a rainha do Alegria sem Ressaca, bloco criado há 15 anos em Copacabana. Ellen, que começou a carreira em 1950, completa 80 anos em março. Ensina pra gente como se faz, garota!

GQ
BRASIL
GENTLEMEN'S QUARTERLY
POR ELAS
CAMILA PITANGA
UM GUIA BÁSICO PARA VOCÊ DEIXAR DE SER MACHISTA
SENHORA LOLLAPALOOZA
A BRASILEIRA QUE MANDA NO MAIOR FESTIVAL DO MUNDO
"NÃO GOSTO DO PAPEL DE COITADINHA"
OS PLANOS DE LUIZA TRAJANO PARA QUE MAIS MULHERES CHEGUEM AO PODER
WALTER SALLES, DRAUZIO VARELLA E...
QUEM SÃO OS HOMENS ALIADOS DO FEMINISMO (SEGUNDO ELAS MESMAS)
PODRES PODERES
O QUE MUDOU NAS EMPRESAS DO BRASIL COM A EXPLOSÃO MUNDIAL DAS DENÚNCIAS DE ASSÉDIO
+ O PONTO DE VISTA DE DUAS CEOS
#ARESPONSABILIDADEÉDETODOS

GQ
BRASIL
GENTLEMEN'S QUARTERLY
POR ELAS
BRUNA LINZMEYER
UM GUIA BÁSICO PARA VOCÊ DEIXAR DE SER MACHISTA
SENHORA LOLLAPALOOZA
A BRASILEIRA QUE MANDA NO MAIOR FESTIVAL DO MUNDO
"NÃO GOSTO DO PAPEL DE COITADINHA"
OS PLANOS DE LUIZA TRAJANO PARA QUE MAIS MULHERES CHEGUEM AO PODER
WALTER SALLES, DRAUZIO VARELLA E...
QUEM SÃO OS HOMENS ALIADOS DO FEMINISMO (SEGUNDO ELAS MESMAS)
PODRES PODERES
O QUE MUDOU NAS EMPRESAS DO BRASIL COM A EXPLOSÃO MUNDIAL DAS DENÚNCIAS DE ASSÉDIO
+ O PONTO DE VISTA DE DUAS CEOS
#ARESPONSABILIDADEÉDETODOS